



## **FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

### **GRADO EN TURISMO**

#### **Análisis del Turismo Idiomático en el Reino Unido**

Trabajo Fin de Grado presentado por Adrián Ruiz de la Fuente, siendo el tutor del mismo el profesor Dr. D. Manuel Padilla Cruz

Vº. Bº. del Tutor:

Alumno/a:

Dr. D. Manuel Padilla Cruz

D. Adrián Ruiz de la Fuente

Sevilla. Mayo de 2021



**GRADO EN TURISMO  
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
CURSO ACADÉMICO [2020-2021]**

**TÍTULO:  
ANÁLISIS DEL TURISMO IDIOMÁTICO EN EL REINO UNIDO**

**AUTOR:  
ADRIÁN RUIZ DE LA FUENTE**

**TUTOR:  
DR. D. MANUEL PADILLA CRUZ**

**DEPARTAMENTO:  
FILOLOGÍA INGLESA**

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:  
FILOLOGÍA INGLESA**

**RESUMEN:**

Este trabajo define y explica el concepto de turismo idiomático y su evolución con el paso de los años. Este tipo de turismo se está consolidando como una nueva tipología turística y cada vez resulta más atractiva para los turistas, por lo que se desarrolla cuáles son sus características. Se ofrece una breve explicación sobre la evolución de la lengua inglesa, por qué esta es tan importante en el mundo actual y motivos sobre por qué es necesario aprender inglés. Se analizan los mercados emisores de los sectores públicos y privados de Reino Unido, así como el impacto económico que este tipo de turismo tiene sobre el país, y como el brote de Covid-19 ha afectado al sector de la enseñanza de idiomas. Para finalizar se realiza el perfil del turista idiomático.

**PALABRAS CLAVE:**  
Turismo idiomático; Semanas lectivas; ELT; Mercados emisores; English UK.

## ÍNDICE

---

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
1.1	OBJETIVOS .....	5
1.2	JUSTIFICACIÓN .....	6
1.3	METODOLOGÍA.....	6
<b>2</b>	<b>EL TURISMO IDIOMÁTICO.....</b>	<b>9</b>
2.1	HISTORIA Y DESARROLLO .....	10
2.2	CARACTERÍSTICAS .....	10
2.3	EL IDIOMA COMO RECURSO TURÍSTICO.....	11
<b>3</b>	<b>LA LENGUA INGLESA.....</b>	<b>13</b>
3.1	IMPORTANCIA DE LA LENGUA INGLESA.....	13
3.2	MOTIVACIONES PARA APRENDER INGLÉS .....	14
3.3	CERTIFICADOS DE IDIOMAS .....	15
<b>4</b>	<b>TURISMO IDIOMÁTICO EN REINO UNIDO.....</b>	<b>19</b>
4.1	CENTROS DE ENSEÑANZA DE IDIOMAS.....	19
4.1.1	Sector público .....	20
4.1.2	Sector privado.....	21
4.1.3	Comparación entre ambos sectores .....	23
4.2	IMPACTO ECONÓMICO .....	27
4.3	IMPACTO COVID-19 EN EL SECTOR DE ENSEÑANZA DE IDIOMAS DEL SECTOR PRIVADO EN EL REINO UNIDO .....	28
4.4	POSIBLES DESTINOS PARA ESTUDIAR.....	31
<b>5</b>	<b>PERFIL TURISTA IDIOMÁTICO EN REINO UNIDO.....</b>	<b>35</b>
5.1	Género .....	35
5.2	Edad .....	35
5.3	Motivos .....	36
5.4	Medio de llegada al país .....	37
5.5	Número de noches .....	37
5.6	Método de transporte utilizado.....	38
5.7	Estacionalidad .....	39
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>41</b>
<b>7</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>43</b>



# 1 INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios en el *Grand Tour*, el turismo ha experimentado una serie de cambios y evoluciones que lo han convertido en la principal fuente de ingresos en una gran cantidad de países. Desde su aparición en el siglo XIX, se puede observar cómo las tipologías turísticas han ido aumentando y haciéndolas cada vez más diversas, ya que las exigencias y necesidades por parte de las personas son cada vez más específicas y exigentes, convirtiendo así un concepto tan sencillo como el de realizar un viaje, en una infinidad de actividades y necesidades a satisfacer.

Principalmente el desplazamiento de turistas estaba motivado por los museos, monumentos y ciudades, pero con el paso del tiempo, otras manifestaciones culturales como las costumbres, la música y las lenguas, se han convertido en recursos capaces de atraer viajeros que están interesados en realizar una inmersión cultural profunda. De esta forma surgen diversos subsegmentos de turismo cultural.

Durante la evolución que ha experimentado el turismo, han surgido a su vez nuevas tipologías turísticas. El conocimiento de idiomas es un factor muy importante en el mundo actual, especialmente en ámbitos como el laboral y el escolar, y es tanta su importancia, que se ha acabado convirtiendo en una modalidad turística, dando lugar así al *turismo idiomático*.

Esta modalidad turística ha sufrido una evolución entre las diferentes clases sociales. En sus comienzos, solo las clases más altas eran las privilegiadas de llevar a cabo esta práctica de aprender un segundo idioma. Con el paso de los años esto fue cambiando, ya que el aprender un idioma se convirtió en una necesidad, y junto con la bajada de precio de los vuelos, esta modalidad pudo ser también realizada por aquellas personas que no pertenecían a clases sociales altas. Es por esto, que, desde hace unos años, a la necesidad de viajar, se le añade la necesidad de aprender o mejorar un segundo idioma mientras se viaja.

El idioma es nuestra principal fuente de comunicación. Lo utilizamos para compartir nuestras ideas y pensamientos con otros. En la actualidad, el inglés es el idioma universal, lo que ha hecho que este sea hablado por más de 800 millones de personas no nativas, y su influencia es tanta en la actualidad, que vivimos rodeados de la lengua en la mayoría de nuestras actividades diarias. El rápido desarrollo tecnológico de los países de habla inglesa ha jugado un importante papel en que esta sea el medio de comunicación internacional, es por esto por lo que su conocimiento se ha convertido en algo casi indispensable para muchos aspectos de nuestra vida. Medios como la prensa, la televisión, el cine o la literatura también han sido un factor importante para la globalización de este idioma. Es por todo esto, que cada vez sea más frecuente que las personas opten por realizar viajes que les permita aprender una lengua, y aunque el aprendizaje de la lengua no sea el principal motivo para realizar el viaje, cualquier motivación es válida para además de realizar un viaje, aprender o mejorar un idioma. Este tipo de turismo tiene una gran sinergia con otras modalidades turísticas, por lo que también es compatible con otras muchas actividades turísticas.

## 1.1 OBJETIVOS

La elección de este tema es debido al auge que esta modalidad turística estaba teniendo en los últimos años, antes de haberse visto afectado por el Covid-19, así como la escasez de información y datos que hay sobre esta tipología turística. Otro de los motivos es el impacto económico que esta tipología tiene sobre la economía del sector turístico en Reino Unido, propiciado principalmente por sus largas estancias y servicios complementarios diarios como transporte, comida y alojamiento, además del apoyo a comercios locales de la zona. Los idiomas cada vez son más importantes para el ámbito

laboral y académico, sobretudo cuando vivimos en un país globalizado en el que ser bilingüe no es una opción, sino una necesidad. Es por esto por lo que el conocimiento de más de una lengua, sobretudo la lengua inglesa, es tan importante en el mundo actual en el que vivimos. El inglés no solo es importante en los ámbitos anteriormente mencionados, sino que, también lo es en la mayoría de las actividades que llevamos a cabo en nuestro día a día. Con la elaboración de este trabajo se persiguen los siguientes objetivos:

- Obtener más información sobre el turismo idiomático.
- Definir y profundizar en esta modalidad turística.
- Comprender la importancia de la lengua inglesa.
- Obtener datos sobre el turismo idiomático en Reino Unido.
- Analizar el impacto que este tipo de turismo tiene sobre Reino Unido.
- Analizar cómo esta modalidad turística ha sido afectada por el Covid-19.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Como se ha mencionado anteriormente, el turismo idiomático es una modalidad que en los últimos años se encontraba en constante crecimiento y cobrando gran importancia en el sector turístico, pese a esta haberse visto afectado por el Covid-19. Aunque era una modalidad en crecimiento, el conocimiento sobre esta tipología turística no es muy amplio, ya que no existe una gran cantidad de bibliografía sobre este tipo de turismo, y lo que existe es a rasgos muy generales. Debido a esto, y a la importancia que tiene la lengua inglesa en el mundo actual, es por lo que considero oportuno realizar este trabajo sobre el turismo idiomático, en concreto, en Reino Unido. El principal motivo es debido a que actualmente existe una gran cantidad de países a los que se puede viajar para aprender o mejorar el idioma, como Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia o Canadá. Quería centrar el estudio en Reino Unido debido a su cercanía a otros países europeos, ya que puede ser un factor decisivo para elegirlo como destino para estudiar la lengua. Además, quería analizar el impacto que este tiene sobre el país y el número de personas que llevan a cabo esta tipología turística a lo largo del año.

Dado que el inglés es la lengua internacional, Reino Unido recibe a lo largo de todo el año estudiantes de todas partes del mundo que desean aprender o perfeccionar la lengua. Esto para el país supone un gran beneficio económico, ya que el turista idiomático aporta todos los beneficios que un viajero normal aportaría, además de beneficios añadidos como una mayor duración de estancia, dando esto a lugar a una repercusión en la economía de forma indirecta en otros sectores, como el hotelero, hostelero, de transporte, etc. ya que estas personas que viajan para aprender o mejorar el idioma, necesitan de todos y cada uno de estos servicios complementarios en su día a día.

## **1.3 METODOLOGÍA**

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de este trabajo y poder definir el turismo idiomático, es necesario explicar brevemente la evolución del turismo desde sus inicios en el Grand Tour. Además, se explicará la importancia de la lengua inglesa en la actualidad, así como su comienzo como lengua franca y expansión en las colonias británicas. Se analizarán los datos obtenidos de instituciones como English UK, que es una institución que se encarga de representar y organizar de forma nacional e internacional a centros privados de ELT (*English Language Teaching*), ya sean centros independientes, cadenas internacionales, colegios o universidades, completamente

acreditados con la colaboración del British Council. Además, colaboran con diferentes grupos y asociaciones de todo el mundo, como BONARD, un mercado global de investigación afiliado a UNWTO (*World Tourism Organization*). El principal motivo de elección de esta institución es debido a que se encarga de la publicación anual de datos sobre el turismo idiomático, como el número de estudiantes que se ha recibido ese año, el impacto económico, los destinos más elegidos para estudiar, e incluso el perfil del turista idiomático, así como estadísticas cuatrimestrales del sector. De esta forma se puede valorar el turismo idiomático en Reino Unido, así como su importancia. Las fuentes utilizadas para la realización de este trabajo son en su mayoría publicaciones científicas, artículos periodísticos, páginas webs y datos recogidos por distintas instituciones, como la mencionada anteriormente, English UK, de la cual se ha recabado la mayoría de los datos en lo que al turismo idiomático en Reino Unido respecta, junto con la colaboración de algunos informes pertenecientes al British Council, así como los diferentes tipos de pruebas de inglés con sus respectivos niveles. Además, también se ha utilizado como bibliografía algunos libros de texto.





## 2 EL TURISMO IDIOMÁTICO

El desplazamiento de turistas hacia otros países no ha sido únicamente motivado por los museos, monumentos o ciudades. Otros elementos culturales como la música, las costumbres y las lenguas son recursos que llaman la atención de los viajeros que están interesados en realizar una inmersión cultural de una forma más profunda a la hora de visitar un país. Por esta razón, han ido surgiendo diferentes segmentos dentro del turismo cultural que buscan satisfacer la demanda de un público cada vez más exigente y con necesidades específicas.

Dentro de estos segmentos culturales nos encontramos con los idiomas, que son considerados un importante recurso turístico, ya que son una materia prima que no se agota, y por lo tanto puede ser explotada para así generar una gran rentabilidad en diferentes sectores de la economía. Aunque la modalidad de viajar para aprender idiomas surgió en Reino Unido, con el paso de los años países como Alemania, Francia, e incluso España se han sumado a la iniciativa de explotar este recurso turístico para atraer nuevos turistas con la finalidad de aprender un nuevo idioma. Debido a esto, y a la importancia que tiene el aprendizaje de nuevas lenguas extranjeras, ha surgido una nueva modalidad de turismo conocida como *turismo idiomático*.

El turismo idiomático es una modalidad de turismo cultural, que tiene como finalidad el aprendizaje o perfeccionamiento de un idioma distinto al de la lengua materna en otro país. Esta modalidad turística cultural ha venido desarrollándose desde el siglo XX con el intercambio de estudiantes en universidades europeas, también conocido como Erasmus, en el cual su principal atractivo y motivación es el aprendizaje o perfeccionamiento de un idioma.

En sus inicios esta modalidad estaba principalmente relacionada con la lengua inglesa, pero en los últimos años los consumidores de este tipo de turismo han comenzado a interesarse por diferentes idiomas y destinos, entre los que destacan idiomas como el chino, japonés e incluso el español. Esta modalidad de turismo ha hecho que el interés por aprender lenguas menos comunes se haya visto incrementado por parte de los turistas, ya que idiomas como el japonés o chino se benefician de la inmersión total del idioma para poder aprenderlo en su totalidad debido a su gran dificultad.

Por lo tanto, el turismo es una experiencia en la que cada vez se van diversificando más las motivaciones, y en el caso del turismo idiomático, la motivación es el aprender o mejorar una segunda lengua, la que Baralo define como: “Una modalidad de viajes de estudio y ocio que tiene cada vez más demanda. Se trata de aprovechar las vacaciones para aprender y mejorar la capacidad de comunicación en esa lengua” (2015, p. 38)

El turismo idiomático puede ser de larga duración, ya que este viene acompañado de la realización de unos cursos de idiomas, o estudios en la universidad. Es por esto que la duración de este tipo de turismo oscila entre las 2 semanas y 9 meses, por lo que Pawlowska definía el turismo idiomático como “Todas las estancias de duración inferior a un año, realizadas en los centros de enseñanza superior fuera del país de residencia habitual y cuyo objetivo principal sería la realización de cursos relacionados con una titulación universitaria y/o la asistencia a cursos de idiomas” (2011, p. 21). Pese a que nos encontramos con diferentes definiciones sobre qué es el turismo idiomático, podemos sacar en claro que este es el desplazamiento de personas a un país diferente al de residencia, con la motivación de aprender o mejorar una segunda lengua, ya sea en universidades o escuelas de idiomas, con una estancia superior a dos semanas e inferior a un año.

## 2.1 HISTORIA Y DESAROLLO

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, que está relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o profesionales. Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes. Además, el turismo puede ser doméstico o internacional.

Desde su aparición en el siglo XIX, el turismo ha experimentado una gran evolución en sus diferentes tipos de tipologías, ya que con los años ha ido aumentando el abanico de diferentes actividades turísticas que se podían llevar a cabo, y por lo tanto esto conlleva a la aparición de una gran diversidad de tipologías turísticas. Esto ha hecho que el turismo sea una de las actividades económicas mas importantes del mundo, y esté en constante crecimiento.

Desde los comienzos de la historia del turismo, la educación y la cultura han sido grandes elementos motivadores que impulsaban a los viajeros de todas las edades y países a que viajaran alrededor del mundo. Durante los siglos XVI Y XVII surge en Gran Bretaña una nueva forma de viajar, que es conocido como el Grand Tour. El Grand Tour era considerado un viaje necesario para aquellos jóvenes que pertenecían a la burguesía británica, y que era una experiencia para seguir avanzando en su formación académica, cultural y política, para así estar completamente preparados para su vida como diplomáticos. (Towner, 1985). Poco a poco el Grand Tour se fue haciendo más accesible para el resto de las personas de la sociedad, consiguiendo de esta forma que la línea entre la aristocracia y la burguesía fuese más fina.

Durante los años 60, la importancia de conocer más de una lengua empezó a ser un requisito importante a la hora de encontrar trabajo. Es por este motivo por el que muchos expertos recomendaban un viaje de 2 a 4 semanas a un país extranjero cuando los estudiantes habían alcanzado un nivel intermedio del idioma, para así poder perfeccionar la lengua y ganar fluidez. Aunque al principio resultaba difícil para los estudiantes, con el tiempo el interés por perfeccionar la lengua y conocer nuevas culturas fue aumentando. Debido a esto, en los años 70 muchas compañías de viajes vieron el potencial que tenía este recurso turístico y comenzaron a explotarlo mediante la organización de cursos de verano. Francia fue pionera, pero la influencia de los países de habla inglesa era tanta, que Reino Unido y Estados Unidos se convirtieron en los principales destinos para realizar los cursos de verano, tendencia turística que sigue llevándose a cabo en la actualidad.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS

En la actualidad, el turismo idiomático puede considerarse como un sub-segmento dentro del turismo cultural, cuya motivación principal es aprender o mejorar una lengua, además de conocer la cultura, costumbres y sociedad del país al que se viaja. Teniendo en cuenta su gran potencial como actividad económica y turística debido a los servicios a los que va unido, cada vez son más los países que invierten en este tipo de turismo. Según Castro (2005), Baralo (2007) y Montero et al. (2010), este tipo de turismo se caracteriza por:

- a) Estancia. Los turistas idiomáticos suelen disfrutar de una estancia más prolongada que otro tipo de turistas, permaneciendo una media de 2 a 4 semanas en el país en el caso de aquellas personas que deciden realizar un curso de idiomas. Para aquellos turistas que forman parte del programa Erasmus, o deciden estudiar en el extranjero, la estancia puede llegar a durar un año.
- b) Edad. Dentro del turismo idiomático nos encontramos con turistas jóvenes que tienen ganas de viajar, de aprender un nuevo idioma, de trabajar o de estudiar. Personas adultas que quieren hacer negocios, o personas que buscan conocer

experiencias culturales de la zona, y que quieren unir todas esas actividades culturales con el aprendizaje de una lengua. Incluso jubilados que disponen de tiempo y dinero para moverse y disfrutar de nuevas experiencias lingüísticas y culturales.

- c) Impacto económico. Dado que la duración de estancia de los turistas idiomáticos es más prolongada respecto a la de otros tipos de turistas, esto da lugar a que se realice un mayor consumo de la oferta y servicios culturales, consiguiendo de esta forma una alta rentabilidad económica, debido al gasto promedio de este tipo de turistas en aprender el idioma, y a la gran duración de sus estancias.
- d) Estacionalidad. La llegada de los turistas idiomáticos se distribuye uniformemente a lo largo de todo el año, evitando de esta forma la estacionalidad y que se produzcan aglomeraciones turísticas, como es el caso del turismo de sol y playa, que tan solo es realizado durante los meses de verano. En el caso del turismo idiomático, este puede ser llevado a cabo durante todo el año, sobretodo en los países donde este tipo de turismo está más consolidado.
- e) Fidelidad. Los turistas idiomáticos suelen volver a visitar el destino acompañados de familiares o amigos, pero esta vez lo hacen en forma de visita turística. Esto es conocido dentro del mundo del turismo como efecto “*multiplicador*”.
- f) Producto turístico. Dado a que el idioma puede ser ofertado como un producto turístico, tiene una gran sinergia con otro tipo de servicios complementarios, como pueden ser las actividades culturales o viajes a otras ciudades del país. Además, mediante el turismo idiomático se consigue un gran apoyo al sector local, y es por esto que, mediante este tipo de turismo, se consiguen todos los beneficios que aportaría un turista común al país, junto con una mayor duración de estancia y rentabilidad.

## 2.3 EL IDIOMA COMO RECURSO TURÍSTICO

El turismo es una actividad socioeconómica que se aprovecha de los recursos turísticos, los cuales constituyen la base para el desarrollo de la oferta turística de un destino. Por recurso turístico, Ramírez Blanco entiende que “son elementos naturales, objetos culturales, o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico” (1998, p. 61). Una vez conocido el significado de recurso turístico, podemos afirmar que el idioma puede ser utilizado como motivo para el desplazamiento de personas. Sin embargo, un recurso turístico no es válido por si mismo, si no por su capacidad de transformarse en un producto turístico para así satisfacer las necesidades demandadas por los viajeros.

Un producto turístico es cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad, pero el concepto de producto no se limita solo a objetos físicos, sino que también incluye experiencias, lugares e ideas. Por lo que el producto turístico es un conjunto de prestaciones y servicios, materiales e inmateriales, que se ofrecen para satisfacer los deseos del turista. Es por todo esto que el idioma puede ser considerado como un recurso turístico cultural, y además vendido como un producto turístico, formando parte de cursos de idiomas en los que se vende el estudiar el idioma como principal atractivo turístico.

En países de todos los continentes se han abaratado los viajes y las estancias, además de haberse facilitado el acceso a la cultura y la educación, ya que es evidente que la capacidad de comunicarse en más de un idioma se ha convertido en algo esencial tanto en lo social, lo cultural, lo laboral, y lo económico (Baralo, 2015, p. 39). Es por esto por lo que idiomas como el inglés y el español se encuentran en constante crecimiento como recurso turístico y económico, ya que cada vez son más las personas que buscan aprender o mejorar estos idiomas, aportándole de esta forma un valor constante.

Un gran beneficio del uso del idioma como recurso turístico es su coste de producción, que no existe, por lo tanto, su uso es completamente gratuito, y junto con la cultura que posee un valor intangible, ambos se convierten en un recurso económico de gran potencialidad. Además, el idioma es un bien inagotable, ya que su utilización no afecta a la durabilidad de este, y cuantas más personas hablan una lengua, mas perdurará en el tiempo y mas valor e importancia adquiere. Por lo tanto, el valor del idioma como recurso turístico no se deprecia por mucho que se utilice (Castro, 2005, citado en Campón y Hernández, 2011).

### 3 LA LENGUA INGLESA

El idioma es nuestra principal fuente de comunicación. Lo utilizamos para compartir nuestras ideas y pensamientos con otros. El inglés fue originalmente el idioma de Inglaterra, pero a través de del Imperio Británico se acabó convirtiendo en el idioma principal de las antiguas colonias británicas. Actualmente el inglés es el idioma universal, lo que ha hecho que este sea hablado por más de 800 millones de personas no nativas, y es tanta su influencia en la actualidad, que vivimos rodeados de la lengua en la mayoría de nuestras actividades diarias, ya sea en la escuela, el trabajo o internet. Es tanta su importancia, que es casi de carácter obligatorio estar en posesión de un título que acredite que conocimiento se tiene de la lengua.

#### 3.1 IMPORTANCIA DE LA LENGUA INGLESA

Se estima que actualmente el inglés es la lengua materna de entre 300 y 400 millones de personas en el mundo, aunque es utilizada por unos 800 millones de personas. Es innegable que el inglés es actualmente la lengua universal. Después de evolucionar durante casi un milenio en las Islas Británicas, el inglés se extendió por todo el mundo gracias a los marineros, soldados, peregrinos, comerciantes y misioneros del imperio británico, esto hizo que el inglés llegara a todos los rincones del mundo. Su extensión por el mundo tuvo lugar de dos formas diferentes, una de ellas fue mediante la imposición de la lengua en países como Estados Unidos, Canadá y Australia debido a los colonos e inmigrantes que procedían de Gran Bretaña, y en otros lugares como África y Asia, en las que los colonos británicos emplearon a la población como mano de obra en las minas y as plantaciones, instauraron el inglés como la lengua de la clase dirigente (Wright 2004, p. 137). Esto dio lugar a la aparición de una burocracia formada por personal bilingüe. Aún así, la introducción del inglés en estos lugares no supuso la desaparición de la lengua autóctona.

Por otro lado, la expansión del inglés también estuvo ligado a la introducción de nuevas ideas en el ámbito político y religioso. Como dice Wright (2004, p. 140), el auge de la lengua inglesa era un fenómeno en gran medida elitista, ya que su uso se limitaba a una función auxiliar en el ámbito mercantil, administrativo y también como vehículo para acceder a las nuevas ideas políticas y científicas. Debido a que Gran Bretaña era la cuna de la democracia parlamentaria, esto contribuyó, a hacer que el aprendizaje del inglés fuese algo obligado para todas aquellas personas que quisieran tener acceso a nuevas ideas. (Wright 2004, p. 139)

En lo que respecta al ámbito religioso, el inglés era una de las lenguas que permitían acceso a los conocimientos para alcanzar la salvación. Esto hizo que las misiones inglesas fueran muy importantes para la expansión del inglés por el mundo. De este modo, a mediados del siglo XIX se publicaban y distribuían más biblias en inglés que en el resto de las lenguas del resto de países en los que estaba asentado el cristianismo (Wright 2004, p. 139).

Al ser los países de habla inglesa los motores de la innovación tecnológica, todo el que quisiera tener acceso a ese conocimiento debía de aprender inglés. Esto hizo que tanto empresarios como trabajadores acudieran a estos países para aprender nuevas técnicas de producción y que británicos se desplazaran a estos países para enseñar los nuevos métodos (Crystal 1997, p. 72). Todos estos intercambios de conocimientos utilizaban la lengua inglesa como canal de comunicación. Es debido a esto que durante 1750 y 1900 la mayoría de la producción científica y tecnológica importante estaba redactada en inglés (Crystal 1997, p. 73). Todo esto supuso la sustitución del francés y del alemán por el inglés como lengua de comunicación internacional en el siglo XIX.

La Segunda Guerra Mundial supuso un declive económico y político para Gran Bretaña, por lo que tanto la ciencia como la tecnología, que habían sido un gran vehículo de aprendizaje, perdieron relevancia. Debido a esto, si hubiese sido necesario el uso de otra lengua para acceder a estos servicios, el inglés habría acabado desapareciendo como lengua franca. Esto no sucedió debido a que el idioma de los Estados Unidos, que era considerado la nueva potencia hegemónica en el terreno económico, político militar y cultural, también era el inglés. (Wright 2004, p. 141)

Tras la Segunda Guerra mundial, (Truchot 1994, p. 142) establece dos periodos de expansión de la lengua inglesa en Europa. El primero abarcaría hasta los años setenta. Durante este periodo el inglés se convirtió en la lengua principal en la política internacional, los intercambios comerciales, la información, la ciencia, las canciones, y las producciones cinematográficas y televisivas. Esta posición de dominio de la lengua inglesa durante este periodo puede ser atribuida a la presencia cultural de los Estados Unidos en el resto del mundo. El segundo periodo tendría lugar desde los años ochenta hacia adelante. Durante esta etapa, tuvo lugar la consolidación del inglés como lengua franca en la parte occidental del continente, y en Europa central. Prueba de ello fue la introducción progresiva de la lengua inglesa en los sistemas educativos europeos, haciendo que idiomas como el francés y el alemán pasasen a un segundo plano (Van Essen 1997, p. 99).

Con el transcurso de los años, la lengua inglesa ha ido tomando más importancia, y actualmente el inglés es la principal lengua en ámbitos como el empresarial, la comunicación marítima, la comunicación aérea y el turismo. Es por esto que la necesidad de aprender inglés de forma profesional para el sector en el que se trabaja es esencial. Cada vez son más los profesionales que realizan cursos de ESP (*English for Specific Purposes*) que consiste en el aprendizaje de la lengua inglesa con fines específicos, que Hutchinson y Waters (1987, p. 21) definían como una aplicación a la enseñanza de la lengua cuya meta es satisfacer las metas de comunicación de un grupo específico. Dado que vivimos en un mundo donde se ha globalizado e internacionalizado tanto la lengua inglesa, esto ha dado lugar que métodos de enseñanza como el ESP hayan tomado tanta importancia y sea casi imprescindible.

Más allá del ámbito laboral y escolar, la lengua inglesa también domina otros ámbitos culturales como la televisión, las películas, internet, las redes sociales, y la música. La posibilidad de consumir productos en *streaming* ha hecho que la globalización de la lengua haya sido aún mayor, pues es tan sencillo como hacer un simple click para acceder al contenido en su idioma original. La mayoría de las actividades que llevan a cabo los más jóvenes como el *gaming*, las redes sociales y ver videos en plataformas como YouTube, hacen que también se encuentren expuestos a la lengua de forma continua. Las redes sociales al igual que los videojuegos, permiten que se esté conectado con gente de todo el mundo, y términos como *like* y *follow* forman parte del día a día de las personas.

### 3.2 MOTIVACIONES PARA APRENDER INGLÉS

En la actualidad, la importancia e influencia de la lengua inglesa es bastante evidente. Además de ser el idioma que se habla a nivel global desde hace décadas, es la lengua de la ciencia, la aviación, la programación y el turismo, por lo que además de encontrarnos expuestos de forma constante a la lengua, también normalizamos el uso de términos en inglés debido a la influencia que tiene el idioma en nuestro día a día, dando lugar a la sustitución del termino en español (British Council, 2018, p. 33). Algunos de los motivos por los que es importante aprender inglés, y que deberían de servir como motivación son:

- a) Idioma internacional. El inglés es la lengua internacional en el ámbito laboral, escolar, tecnológico y de las redes sociales. Es tanta su importancia que los

gobiernos europeos cada vez introducen más medidas para mejorar la forma en la que se imparte y se aprende inglés en los países. Además, es el idioma utilizado cuando dos personas de diferentes países quieren comunicarse. Es por esto por lo que es tan importante el aprendizaje de la lengua inglesa, ya que nos ayuda a estar comunicados a nivel internacional (British Council, 2018, p. 13).

- b) Educación. La lengua inglesa también tiene una gran importancia en el ámbito escolar. Desde temprana edad se imparte la asignatura de inglés en los colegios para animar el aprendizaje del idioma como segunda lengua. El conocimiento de la lengua ofrece grandes oportunidades, como estudiar en el extranjero, acceder a una mejor educación y mejores puestos de trabajo. En sectores como el de la ciencia o la ingeniería, se pueden encontrar artículos científicos escritos completamente en inglés, ya que es la lengua principal en los artículos de investigación (British Council, 2018, p. 45).
- c) Internet. La mayoría de las páginas webs están escritas en inglés, incluso páginas webs escritas en otro idioma ofrecen la posibilidad de ser traducidas. Es tanta la importancia e influencia del idioma en internet, que es más sencillo encontrar información sobre un tema si se realiza la búsqueda en inglés. Según EF (Education First) el inglés es el idioma de internet, con un 52% de usuarios diarios que visitan páginas webs que están en este idioma (British Council, 2018, p. 39).
- d) Negocios. La lengua inglesa vuelve a ser una vez mas el idioma predominante en el sector laboral. Aprender inglés puede ayudar a conseguir más y nuevas oportunidades laborales, ya que hoy en día el mercado laboral es global y las compañías requieren de empleados que puedan comunicarse en más de un idioma, por lo que se ha convertido en una necesidad que todo el mundo domine el inglés en su puesto de trabajo. Es por esto por lo que existen cursos específicos para el sector de negocios, o cursos también conocidos como ESP, que consisten en el aprendizaje de la lengua inglesa con fines específicos (British Council, 2018, p. 25).

En resumen, el inglés es de los idiomas más usados e influyentes en el mundo actual. Este tiene un gran impacto en todos los aspectos de la vida cotidiana, por lo que es imposible ignorar su gran importancia. Nos ayuda a conectarnos y comunicarnos globalmente en nuestra vida privada y profesional, por lo que los motivos para aprenderlo toman gran valor.

### 3.3 CERTIFICADOS DE IDIOMAS

Desde principios del siglo XX, el inglés se ha convertido en una de las lenguas más habladas a nivel mundial, y, por lo tanto, es un requisito indispensable el dominio del idioma tanto para la formación académica como para el ámbito laboral. Como vivimos en un mundo globalizado donde cada vez más personas son bilingües y trilingües, el dominio de una lengua extranjera ya no es opcional. Debido a esto, la obtención de un certificado de idioma que acredite el nivel de inglés que se tiene es necesario.

Actualmente para la obtención del título universitario es necesario certificar un determinado nivel de idioma (B1). Estos certificados de idiomas pueden ser obtenidos a través de diferentes centros como Trinity, TOEFL o Cambridge, que son consideradas las principales entidades para acreditar este tipo de títulos. No existe un centro mejor que otro, simplemente son diferentes y responden a diferentes fines. Todas las pruebas y certificados son oficiales y válidas, pero dependiendo del fin con el que es adquirido el certificado toma un valor diferente, ya que el certificado de algunos centros tiene mayor valor en el ámbito escolar, y el de otros centros en el ámbito laboral, por lo que hay que investigar cual es el que más se adecua a la necesidad de cada uno.

Es importante determinar los diferentes niveles de inglés que se pueden obtener a lo largo del aprendizaje de esta lengua. Es por esto por lo que en el año 2002 se creó el

*Marco Común Europeo de Referencia* (MCER), que se utiliza para definir las competencias lingüísticas de los estudiantes en una escala de niveles desde un A1, nivel básico de inglés, hasta un C2, para aquellos que dominan el inglés de manera excepcional (Cambridge English, 2021). Además de medir el dominio de la lengua, también permite comprobar el progreso de aprendizaje a lo largo de la enseñanza. A continuación, se recoge en una tabla los diferentes niveles de inglés junto con una breve explicación de estos:

Nivel MCER	Certificados escolares	Certificados profesionales
Nivel A2	Key (KET)	
Nivel B1	Preliminary English Test (PET)	B1 Business Preliminary
Nivel B2	First Certificate in English (FCE)	B2 Business Vantage
Nivel C1	Certificate in Advanced English (CAE)	C1 Business Higher
Nivel C2	Certificate of Proficiency in English (CPE)	

**Tabla 3.3.1 Certificados de Cambridge**

*Fuente: elaboración propia a través de British Council (2021).*

Los certificados escolares engloban:

- Key (KET)* (nivel A2 del MCER): esta titulación demuestra que se es capaz de comunicarse en inglés en situaciones simples y cotidianas (British Council, 2021).
- Preliminary English Test (PET)* (nivel B1 del MCER): Corresponde a usuarios independientes con el idioma, es decir, cuentan con la fluidez necesaria para comunicarse sin esfuerzo con hablantes nativos. Las personas que poseen este título son capaces de comprender los puntos principales de textos sobre cuestiones conocidas, pueden desenvolverse en una gran cantidad de situaciones y son capaces de escribir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o de interés personal (British Council, 2021).
- First Certificate in English (FCE)* (nivel B2 del MCER): Esta prueba demuestra las destrezas lingüísticas necesarias para vivir y trabajar de manera independiente en un país angloparlante, así como estudiar cursos impartidos en inglés. Además, pueden entender las ideas principales de textos complejos de temas tanto concretos como abstractos, son capaces de relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez, y pueden escribir textos claros y detallados sobre temas diversos, así como defender un punto de vista sobre temas generales (British Council, 2021).
- Certificate in Advanced English (CAE)* (nivel C1 del MCER): Este certificado demuestra que se poseen las destrezas lingüísticas necesarias para desarrollarse al máximo en el estudio, en el trabajo y residir en países angloparlantes. Aquellos que poseen este título son capaces de comprender una amplia variedad de textos con cierto nivel de exigencia, se expresan de forma fluida y espontánea y pueden hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales (British Council, 2021).
- Certificate of Proficiency in English (CPE)* (nivel C2 del MCER): Esta titulación demuestra que se domina el inglés a un nivel excepcional. Prueba que se puede comunicar con la fluidez y complejidad de un hablante de inglés altamente capacitado. Las personas que poseen este título pueden comprender con facilidad prácticamente todo lo que oye o lee, puede expresarse espontáneamente, con gran



fluidez y con un grado de precisión que le permite diferenciar pequeños matices de significado incluso en situaciones complejas (British Council, 2021).

Los certificados profesionales son títulos para los negocios adaptados para ayudar a los profesionales a expresarse con seguridad en un entorno laboral internacional. Son los siguientes:

- a) *B1 Business Preliminary* (nivel B1 del MCER): Demuestra que se posee la destreza lingüística necesaria para empezar a hacer negocios en inglés. Es el nivel de inglés que se requiere para un uso práctico y cotidiano en el ámbito empresarial. Aquellos que poseen este título demuestran que pueden hablar sobre asuntos empresariales, comprender cuadros y gráficos, escribir un email comercial breve y estar informado con noticias actuales del mundo empresarial (Cambridge English, 2021).
- b) *B2 Business Vantage* (nivel B2 del MCER): Acredita a las empresas que se está preparado para trabajar en el ámbito internacional. Con esta titulación se demuestra que se pueden escribir mensajes e informes de negocios de extensión breve, leer artículos de publicaciones empresariales, escuchar, comprender y expresar opiniones en reuniones y exponer las ventajas y desventajas de diferentes puntos de vista (Cambridge English, 2021).
- c) *C1 Business Higher* (nivel C1 del MCER): Demuestra las destrezas lingüísticas necesarias para trabajar de manera efectiva en entornos internacionales, y que se tiene un nivel avanzado en el inglés para los negocios. Con este certificado se es capaz de comunicarse de manera efectiva a un nivel profesional y directo, expresarse con un elevado nivel de fluidez, reaccionar adecuadamente ante diferentes situaciones culturales y sociales y participar en reuniones de trabajo y presentaciones (Cambridge English, 2021).



## 4 TURISMO IDIOMÁTICO EN REINO UNIDO

En 2018 Reino Unido recibió un total de 40 millones de turistas, de los cuales 614.000 viajaron con motivo de llevar a cabo un curso de idiomas durante su estancia en el país. Pese a que la lengua inglesa puede ser estudiada en una gran variedad de países como Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Malta, Reino Unido sigue siendo uno de los principales destinos para los estudiantes internacionales a la hora de ir a aprender o mejorar la lengua inglesa debido a su cercanía al resto de países europeos.

Alrededor de 614.000 estudiantes viajaron a Reino Unido para mejorar o aprender inglés, atraídos por la cultura, reputación, y nivel de estatus que supone aprender la lengua en el país. Y aunque el inglés se enseña desde muy temprana edad en las escuelas, la mayoría de estudiantes no consiguen alcanzar un nivel B1 de la lengua. Es por esto que este tipo de turismo es una de las opciones más reclamadas para aprender o mejorar un idioma. Ya que no solo se está mejorando el idioma, también se está conociendo la cultura del país y haciendo una inmersión completa.

BETA (the *British Educational Travel Association*) describe Reino Unido como “El mejor destino para jóvenes estudiantes para estudiar, visitar y trabajar”. Existen tres razones por las que los turistas idiomáticos son considerados un grupo muy importante en el sector del turismo en Reino Unido (BETA, Inbound visitors who take an English language course, 2020):

- a) Valor de las visitas: Aquellos turistas que realizan un curso de idiomas en Reino Unido se diferencian del resto de turistas debido a la duración media de la estancia. Los turistas que realizaron un curso de idiomas pasaron una media de 19 noches en el país, a diferencia del resto de turistas que pasan 7 noches de media. Esto significa que gastan más dinero de media durante la duración total del viaje, convirtiéndolos en un grupo de gran valor para la economía de Reino Unido.
- b) Lealtad: Los turistas que deciden volver a visitar el país después de una primera visita son muy valorados por Reino Unido. “BETA” estima que un 80% de los turistas que realizan un curso de idiomas planean volver en algún otro momento al país.
- c) Economía: Según datos recogidos por BETA y English UK, los turistas idiomáticos apoyaron durante 2020 un gran número de comercios locales en Reino Unido durante la duración de su estancia, lo que supuso unas ganancias de 1.4 millones de libras para la economía del país, por lo que es un sector a tener en cuenta.

Por ende, este grupo es un muy importante para el turismo y la economía de Reino Unido, debido al valor de sus visitas, ya que anima a visitar el país a jóvenes estudiantes, aprender o mejorar una nueva lengua, y además aportan una gran contribución a la economía del país.

### 4.1 CENTROS DE ENSEÑANZA DE IDIOMAS

En Reino Unido existe una gran cantidad de centros entre los que elegir para estudiar el idioma. Estos centros se encuentran tanto en el sector público como en el sector privado de la enseñanza, por lo que las opciones entre las que elegir a la hora de estudiar son bastante amplias. Es por esto, que se va a analizar los diferentes tipos de estudiantes idiomáticos de los sectores públicos y privados, así como sus diferentes mercados emisores, para ver y examinar el gran número de turistas idiomáticos que recibe el país a lo largo del año y la importancia de esta tipología como su impacto económico para el país. Además, también se va a analizar el impacto que ha producido el brote de Covid-19 en este sector de la enseñanza. Este análisis va a llevarse a cabo mediante los datos recogidos por English UK mediante una encuesta realizada en el sector público y privado en 2019.

#### 4.1.1 Sector público

El sector público de enseñanza de idiomas está compuesto por 54 instituciones que están repartidas por todo Reino Unido. Estas instituciones están formadas por 25 escuelas de enseñanza superior y 29 escuelas de educación más avanzada. En este sector existen actualmente 54 centros, que durante 2019 recibieron un total de 34,066 estudiantes. Esto supuso un total de 334,299 semanas lectivas. Por semana lectiva se entiende como una semana en la que un estudiante ha tenido 10 o más horas de clase.

Este sector está mayormente predominado por los adultos, siendo estos un 90% del total de los alumnos y habiendo producido un total del 98% de las semanas lectivas. Esto es debido a la duración media de las estancias, ya que los alumnos juniors optan por cursos de duración mas corta, haciendo que su duración media de estancia en el país sea de 2 semanas, mientras que los adultos optan por cursos de una mayor duración, haciendo que su estancia en el país sea de media 10.9 semanas.

Respecto a los visados que requieren para estudiar en el país, en el sector público un 67% de los estudiantes tienen un visado de tipo 4. Un 16% de los estudiantes tenían en su posesión el visado de 6 meses de adulto. Otro tipo de visado era usado por un 10% de los estudiantes. El visado de 11 meses tan solo era usado por un 2% de los estudiantes, y el visado de 6 meses de adolescente era usado por un 5% de los estudiantes.

Los mercados emisores son aquellos países que envían estudiantes para aprender inglés. Según los datos recogidos por English UK se ha establecido un ranking ordenado de mayor a menor según el número de estudiantes recibidos de cada país. Estos datos han sido proporcionados por 50 de los 54 centros que se encuentran en el sector público.

Primero vamos a observar estos datos por regiones:

Región	Semanas lectivas (2018)	Semanas lectivas (2019)	Número de estudiantes (2018)	Número de estudiantes (2019)	Estancia media	Cambio en semanas lectivas	Cambio en número de semanas
<b>Número de centros = 50</b>							
<b>Asia</b>	148,165	177,190	19,373	20,993	8.4	19.5%	8.3%
<b>Oriente Medio</b>	32,967	52,112	3,690	3,151	16.5	58.1%	-14.6%
<b>Europa Oriental</b>	33,848	38,889	2,128	2,127	18.3	14.4%	-0.04%
<b>Europa Occidental</b>	27,076	33,947	5,794	5,621	6.0	25.3%	-2.9%
<b>África</b>	4,879	16,321	1,093	619	26.4	234.5%	-43.3%
<b>Latino América</b>	7,088	9,881	871	825	12.0	39.4%	-5.2%
<b>América del Norte</b>	258	207	39	15	13.8	-19.7%	-61.5%
<b>Australasia</b>	24	36	2	3	12	50.0%	50.0%

**Tabla 4.1.1.1 Mercados emisores por regiones en el sector público**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK. (2020).*

En 2019 Asia se encuentra en primera posición como la región con el mayor número de estudiantes de la lengua inglesa en el sector público. Dicha región produjo más de la mitad del total de semanas lectivas (54%), que es tres veces más de lo que produjo la región en segunda posición, Oriente Medio, por lo que esto convierte a Asia en una gran fuente de ingresos para el país. Con 26.4 semanas de estancia media, los estudiantes procedentes de África registraron la mayor duración de estancia. Oriente Medio es la región que ha experimentado un mayor crecimiento respecto al año anterior, con un aumento del 58.1% en sus semanas lectivas. A diferencia de Oriente Medio, América del Norte es la región que ha experimentado el mayor decrecimiento.

A continuación, se procede a desglosar los datos por países:

	País	Semanas lectivas 2018	Semanas lectivas 2019	Número de estudiantes 2018	Número de estudiantes 2019	Estancia media 2019	Cambio en semanas lectivas (%)	Cambio en número de estudiantes (%)
<b>Numero de centros = 50</b>								
1	China	108,907	135,427	13,491	15,410	8.8	24.3%	14.2%
2	Arabia Saudita	17,228	19,246	1,519	1,478	13.0	11.8%	-2.7%
3	Japón	17,537	18,164	2,915	2,906	6.3	3.5%	-0.3%
4	Rumania	4,530	15,585	332	787	19.8	244.1%	137.1%
5	Polonia	19,777	12,663	991	545	23.2	-35.9%	-45.0%
6	Países de África	2,964	12,498	832	446	28.0	321.6%	-46.4%
7	España	10,481	10,949	1,513	1,076	10.2	4.46%	-28.8%
8	Italia	6,334	7,987	2,132	2,422	3.3	26.0%	13.60%
9	Irán	1,333	7,543	406	240	31.4	465.8%	-40.8%
10	Corea del sur	7,51	7,066	1,185	1,084	6.5	-5.9%	-8.5%

**Tabla 4.1.1.2 Top 10 mercados emisores por países en el sector público**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

China representa la primera posición como mercado emisor en el sector público, además de haber tenido un significativo crecimiento con respecto al año anterior. Todo esto hace que China se encuentre con un 41.2% de la cuota de mercado. Arabia Saudita ha superado a Polonia como el segundo país con más semanas lectivas, habiendo experimentado un crecimiento del 11.8%. Como indicador de desarrollo, podemos observar, que, los países de África, Italia, Irán y Rumanía han tenido un notable crecimiento, haciendo que entren en este top 10. Polonia en cambio, ha sido el único mercado en tener un gran declive, haciendo esto que pasase de segunda a quinta posición en términos de semanas lectivas.

#### 4.1.2 Sector privado

El sector privado de la enseñanza de idiomas cuenta con más de 400 centros, todos estos pertenecientes a English UK. English UK es una asociación nacional de *English Language Teaching* (ELT) que se encarga de administrar y representar los centros privados de Reino Unido. En 2019 un total de 466.662 estudiantes se matricularon en este sector. A pesar de que en 2019 hubo un total de 4,475 más estudiantes que el año anterior, la media de semanas lectivas se vieron reducidas, cayendo de 1.532.987 a

1.487.933, lo que supuso una pérdida de 2.9%. El desarrollo del sector no fue uniforme, un 44% de los centros produjeron más semanas lectivas que en 2018, mientras que el resto sufrió un declive. En comparación con el sector público, el sector privado se encuentra ante una situación contraria, aunque el número de estudiantes ha aumentado un 1%, las semanas lectivas ha disminuido un 3% con respecto al año anterior.

En el sector privado, los alumnos juniors conforman un 57% del total de estudiantes, mientras que los adultos conforman un 43%. Al igual que ocurre en el sector público, los adultos generan un mayor porcentaje de las semanas lectivas, siendo en este caso del 63%, frente al 37% de los juniors. Una vez más, esto es debido a la duración de las estancias de ambos grupos. Los alumnos juniors siguen prefiriendo estancias de 2 semanas, puesto que estas son llevadas a cabo en su mayor parte durante los meses de verano, que es cuando están de vacaciones y tienen total disponibilidad para viajar. En cambio, los adultos apuestan por estancias más largas, pasando una media de 5 semanas en el país en el sector privado.

Respecto a los visados, un 42% de los estudiantes del sector privado se encuentran bajo el uso de un visado de 6 meses adulto, mientras que el 31% usan el visado de 6 meses de niño. Otro tipo de visado suponía el 15% de los estudiantes y un 10% de los estudiantes estaban usando el visado de 11 meses.

Al igual que en el sector público, UK ELT recogió datos de los diferentes centros, y se ha establecido un ranking ordenado de mayor a menor según el número de estudiantes recibidos de cada país y semanas lectivas. Estos datos han sido proporcionados por 358 de los centros que se encuentran en el sector privado. Primero vamos a observar los datos ordenados por regiones:

Región	Semanas lectivas (2018)	Semanas lectivas (2019)	Número de estudiantes (2018)	Número de estudiantes (2019)	Estancia media	Cambio en semanas lectivas	Cambio en número de estudiantes
<b>Número de centros = 358</b>							
<b>Europa Occidental</b>	647,865	616,387	281,217	285,082	2.2	-4.8%	1.37%
<b>Oriente Medio</b>	319,052	309,941	43,618	39,140	7.9	-2.8%	-10.2%
<b>Asia</b>	300,349	294,156	67,694	70,915	4.1	-2.0%	4.7%
<b>Latino América</b>	171,717	156,545	34,057	30,610	5.1	-8.8%	-10.1%
<b>África</b>	99,762	108,352	39,583	44,313	2.4	8.6%	11.9%
<b>Europa Oriental</b>	17,766	17,729	3,400	3,634	4.9	-0.2%	6.8%
<b>Norte América</b>	1,747	1,906	455	657	2.9	9.1%	44.0%
<b>Australasia</b>	190	197	49	51	3.9	3.6%	4.1%

**Tabla 4.1.2.1 Mercados emisores por regiones**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

Las cuatro mayores regiones para el sector privado experimentaron un decrecimiento en términos de semanas lectivas. El mayor decrecimiento fue dado en Latino América, donde la pérdida de un 10% de sus estudiantes supuso el declive de un 8% en semanas lectivas para el sector. Europa occidental mandó un 1% más de estudiantes, pero las semanas lectivas sufrieron un declive del 4.8%. Similar al caso anterior, el sector privado recibió un 5% más de estudiantes procedentes de Asia, pero el número de semanas lectivas disminuyó un 2%. Oriente Medio experimentó un declive de un 10% de

estudiantes, pero debido a las mayores duraciones de las estancias, el número de semanas lectivas tan solo se vio afectado en un 2%. África fue la única región que experimentó un crecimiento tanto en semanas lectivas, como en número de estudiantes, siendo este de un 11.9% y 8.6% respectivamente.

A continuación, se procede a desglosar estos datos por países:

	País	Semanas lectivas (2018)	Semanas lectivas (2019)	Número de estudiantes (2018)	Número de estudiantes (2019)	Estancia media	Cambio en semanas lectivas	Cambio en número de estudiantes
<b>Número de centros = 358</b>								
1	Italia	251,730	252,056	125,840	132,667	1.9	0.12%	5.42%
2	Arabia Saudita	147,664	175,587	17,455	18,087	9.7	18.9%	3.6%
3	España	112,369	103,409	45,237	47,385	2.2	-7.9%	4.7%
4	China	95,318	98,639	33,881	36,050	2.7	3.4%	6.4%
5	Francia	87,163	82,975	35,331	33,152	2.5	-4.8%	-6.2%
6	Japón	61,031	62,320	11,481	12,537	5.0	2,11%	9.19%
7	Suiza	69,871	62,040	16,853	15,762	3.9	-11.2%	-6.47%
8	Brasil	62,194	58,703	13,640	13,174	4.5	-5.61%	-3.4%
9	Turquía	83,637	58,394	14,106	9,691	6.0	-33.8%	-31.0%
10	Corea del Sur	63,388	55,218	6,515	6,099	9.1	-12,8%	-5.3%

**Tabla 4.1.2.2 Top 10 mercados emisores por países**

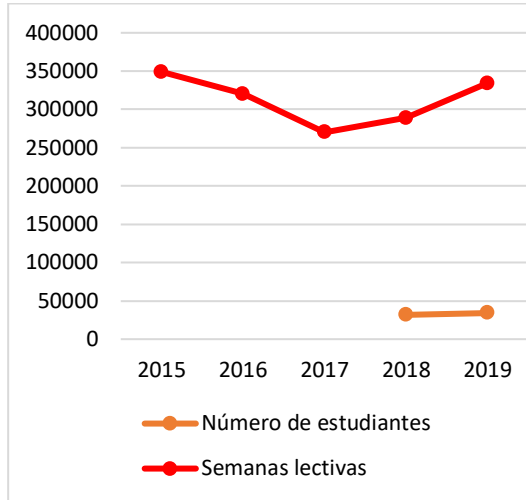
*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

Con un total de 252.056 semanas lectivas, Italia se posiciona en primera posición como mercado de origen para el sector privado por segundo año consecutivo. De media, Italia supone un 17% del total de las semanas lectivas del sector privado. Arabia Saudita es el país con un mayor crecimiento, siendo este del 18% en sus semanas lectivas con 175.587 semanas. A pesar de encontrarse en tercera posición, España sigue en declive, experimentando un decrecimiento del 7.9% en semanas lectivas. Otro país que también ha experimentado un gran declive es Turquía, con una pérdida del 33.8% en sus semanas lectivas y un 31% en el número de estudiantes. Otro país que también ha sufrido un gran declive es Corea del Sur, haciendo que caiga al final de la lista. China creció un 3.4% en semanas lectivas.

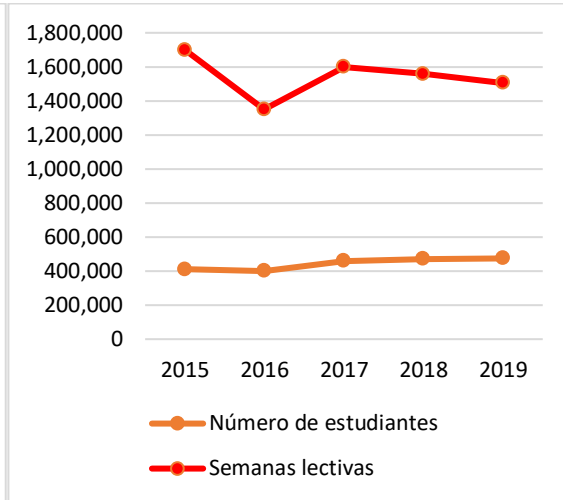
#### 4.1.3 Comparación entre ambos sectores

Tras haber analizado el sector privado y el sector público por separado, ahora se procede a analizar y comparar ambos sectores. Como se puede observar en las siguientes figuras, el sector privado tiene una mayor cantidad de alumnos matriculados y por lo tanto una mayor cantidad de semanas lectivas. Aun así, se puede ver que el sector público ha crecido en número de estudiantes y semanas lectivas, creciendo un 7% y 16% respectivamente, posicionándolo en uno de sus puntos más álgidos con respecto a años anteriores. En el caso del sector privado, pese a que ha registrado un

mayor número de alumnos, las semanas lectivas se han visto afectadas, y han perdido un 3% de estas.



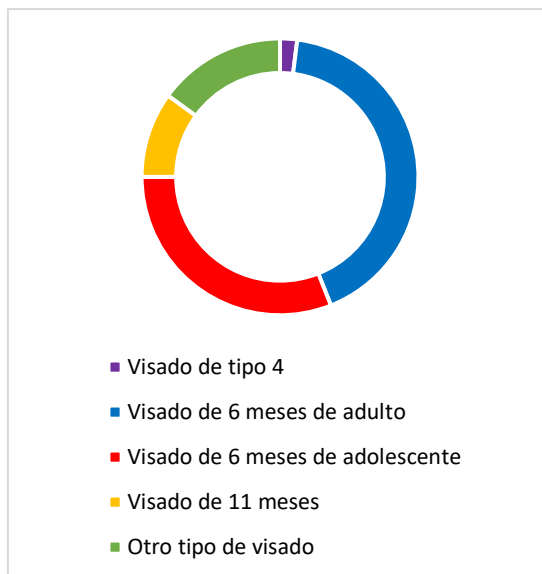
**Figura 4.1.3.1 Número de estudiantes y semanas lectivas impartidas en el sector público**



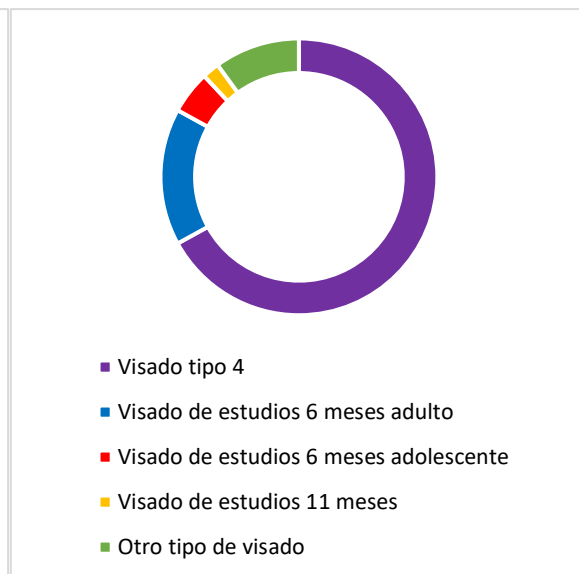
**Figura 4.1.3.2 Número de estudiantes y semanas lectivas impartidas en el sector privado**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

Respecto a los visados, se puede observar que varían mucho de un sector a otro. En el caso del sector público el visado que predomina es el de tipo 4. Este tipo de visado se concede a personas no pertenecientes a la Unión Europea para que puedan estudiar en Reino Unido durante el curso a realizar, por lo que, si el curso tiene una duración de 12 meses, ese es el tiempo que el estudiante podrá pasar en el país. Este tipo de visado tiene una serie de restricciones, como el no poder trabajar, ya que este visado se concede a personas mayores de 16 años para exclusivamente estudiar. En cambio, en el sector privado predomina el visado de 6 meses de adulto con un 42%. Este visado a diferencia del tipo 4, tiene la opción de ser prolongado, y no tiene restricciones de trabajo. Estos datos quedan reflejados en las siguientes figuras:



**Figura 4.1.3.3 Número de estudiantes por tipo de visado en el sector privado**

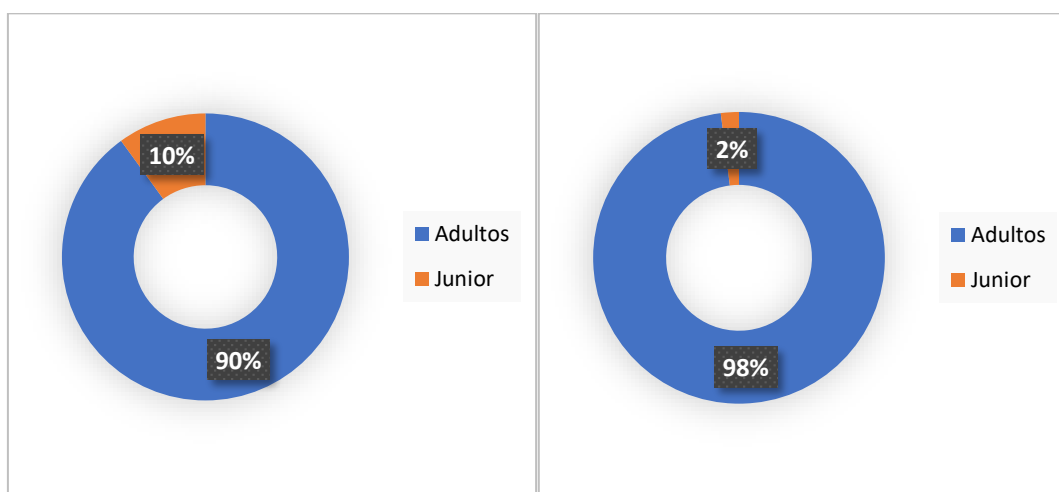


**Figura 4.1.3.4 Número de estudiantes por tipo de visado en el sector público**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*



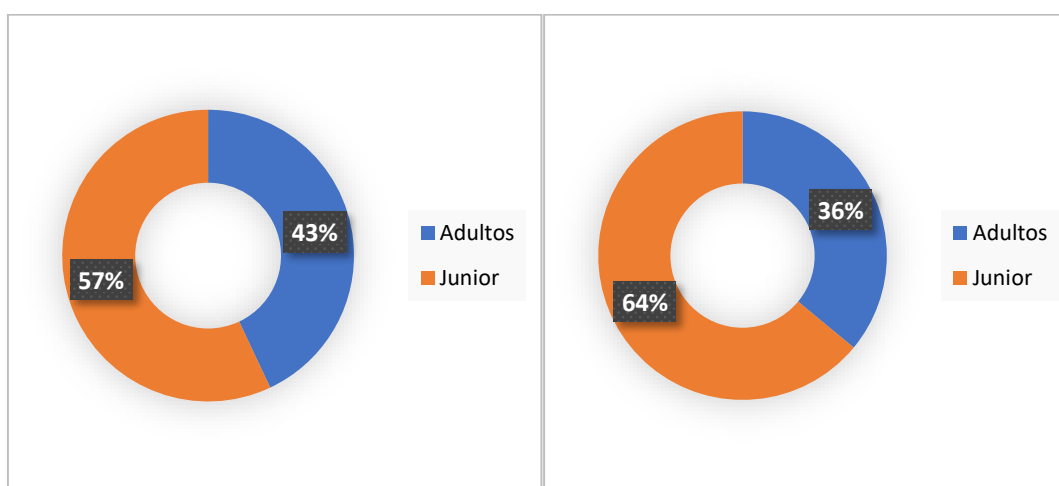
Como podemos observar en las siguientes figuras, en el sector público la mayoría de los estudiantes son adultos, siendo estos un 90% de los estudiantes. Además, son los responsables de haber generado un 98% de las semanas lectivas del sector público. En lo que al sector privado respecta, los datos son algo diferentes, pese a que los juniors no predominan de la misma forma que lo hacen los adultos en el sector público, estos conforman un gran porcentaje de los estudiantes. Estos estudiantes juniors suponen un 57% de los estudiantes de los centros de idiomas del sector privado, y experimentaron un crecimiento del 4% en semanas lectivas respecto al año anterior. En cambio, el sector privado recibió un total de 205,123 de estudiantes adultos, lo que supone un declive del 6% con respecto al año anterior, y esto también supuso que el número total de semanas lectivas por parte de los adultos se viesen afectadas en un 8%.



**Figura 4.1.3.5 Número de estudiantes en el sector público**

**Figura 4.1.3.6 Semanas lectivas en el sector público**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*



**Figura 4.1.3.7 Número de estudiantes en el sector privado**

**Figura 4.1.3.8 Semanas lectivas en el sector privado**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

A continuación, se procede a analizar el top 20 de países tanto del sector privado como público.

	País	Semanas Lectivas (2018)	Semanas lectivas (2019)	Cuota (%) 2019)	Número de estudiantes (2018)	Número de estudiantes (2019)	Cuota (%) 2019)	Duración media de estancia
1	Italia	258,064	260,043	14.2%	127,972	135,089	26.6%	1.9
2	China	204,225	234,066	12.8%	47,372	51,460	10.1%	4.5
3	Arabia Saudita	164,892	194,833	10.6%	18,974	19,565	3.9%	10.0
4	España	122,85	114,358	6.2%	46,750	48,461	9.5%	2.4
5	Francia	89,525	88,174	4.8%	35,812	33,630	6.6%	2.6
6	Japón	78,568	80,484	4.4%	14,396	15,443	3.0%	5.2
7	Turquía	87,072	64,343	3.5%	14,518	10,056	2.0%	6.4
8	Suiza	70,501	62,721	3.4%	17,006	15,879	3.1%	3.9
9	Corea del Sur	70,898	62,284	3.4%	7,700	7,183	1.4%	8.7
10	Brasil	63,387	60,077	3.3%	13,955	13,338	2.6%	4.5
11	Alemania	60,301	55,707	3.0%	31,374	30,479	6.0%	1.8
12	Rusia	46,357	53,824	2.9%	17,808	21,330	4.2%	2.5
13	Tailandia	30,768	32,274	1.8%	4,975	5,132	1.0%	6.3
14	Kuwait	33,234	29,150	1.6%	3,351	3,276	0.6%	8.9
15	Colombia	31,410	27,363	1.5%	3,145	2,544	0.5%	10.8
16	Omán	25,880	26,861	1.5%	3,366	3,294	0.6%	8.2
17	Polonia	32,489	26,021	1.4%	6,635	6,646	1.3%	3.9
18	Taiwán	27,256	25,454	1.4%	4,513	4,825	1.0%	5.3
19	Rumania	7,676	18,869	1.0%	1,628	2,175	0.4%	8.7
20	Argentina	24,576	18,618	1.0%	7,883	5,924	1.2%	3.1

**Tabla 4.1.3.1 Top 20 países de los mercados emisores**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

Con 260,043 semanas lectivas, Italia sigue en cabeza como el mercado más representado en Reino Unido en 2019. El siguiente es China con 234.066 y Arabia Saudita con 194.833 semanas lectivas. Cabe destacar la contribución de algunos países no europeos a la media de semanas lectivas. Estos han generado un 65% del total de semanas lectivas. La causa de esto es debido a la mayor duración de estancia de la mayoría de estos países. La mayoría de los países no europeos como China, Arabia Saudita, Japón, Tailandia y Omán han experimentado un notable incremento en el número de semanas lectivas generadas. Por otro lado, la mayoría de los mercados europeos, como España, Francia, Alemania y Suiza, han sufrido un decrecimiento en semanas lectivas. Todos los países de Latinoamérica también han disminuido su número de estudiantes y número de semanas lectivas. Cabe destacar que los estudiantes europeos comprenden el 57% de los estudiantes, pero aún así han generado menos semanas lectivas que aquellos estudiantes no europeos.

Respecto a la cuota de mercado, podemos observar cómo Italia posee la mayor cuota de mercado con bastante diferencia del resto tanto en semanas lectivas como número de estudiantes. Si observamos detenidamente, exceptuando a China, con un 10.1% de

cuota de mercado, el resto de los países con mayor cuota de mercado en número de estudiantes son pertenecientes a la Unión Europea. Esto es debido a la cercanía y fácil acceso de los países europeos a Reino Unido. De forma contraria, si observamos las semanas lectivas, podemos observar como países no pertenecientes a la Unión Europea, pese a no haber enviado un gran número de estudiantes, se encuentran con una gran cuota de mercado en las semanas lectivas debido a la gran duración de estas estancias.

## 4.2 IMPACTO ECONÓMICO

Según el Informe de impacto económico 2020 de WTTC (*World Travel and Tourism Council*), durante 2019, los viajes y el turismo fue responsable de casi cuatro millones de empleos en el Reino Unido, o lo que es igual, el 11% de la fuerza laboral total del país. También generó casi 200.000 millones de libras esterlinas, o el 9% de la economía del Reino Unido (Hosteltur, 2020). El análisis del WTTC del gasto en viajes internacionales en el Reino Unido durante 2019 revela que alcanzó casi 28.200 millones de libras esterlinas, lo que representa el 17% del gasto total en turismo en el Reino Unido. El gasto en viajes nacionales fue el responsable del otro 83%. Un desglose adicional revela cuán crucial fue el gasto de los viajeros internacionales durante 2019 para la economía del Reino Unido: cada mes representaba 2.350 millones de libras esterlinas o 77,3 millones de libras esterlinas al día (Hosteltur, 2020).

A su vez, el turismo idiomático tiene un gran impacto en la economía británica, especialmente en el sur y en las ciudades principales, donde hay una gran concentración de academias de carácter privado. Los precios de los vuelos cada vez son más baratos debido a las compañías de bajo coste y esto ha hecho que este tipo de turismo se haya visto incrementado de forma exponencial.

Según los datos publicados por English UK, cuando se habla del impacto económico que tiene este grupo de turistas que viajan para aprender o mejorar una lengua, pese a que los números porcentuales no son muy grandes, al mencionar las cifras totales, se puede observar que el turismo idiomático tiene un gran impacto sobre la economía. Las personas que viajan a Reino Unido para hacer un curso de idiomas apoyan una media de 8,250 comercios locales en todo el Reino Unido, siendo las mayores cifras en Londres (1800), y en el sureste (1570).

Durante 2018 Reino Unido recibió 614,000 turistas que realizaron un curso de idiomas durante su estancia. Este número de turistas constituye un 1.5% del número total de turistas de ese año. El 4.1% de todas las estancias de ese año está constituida por los viajeros idiomáticos, siendo esto un total de 12 millones de noches. Además, este grupo generó unas ganancias de 940 millones de libras para el sector turístico, o lo que es lo mismo, un 3.5% de todos los ingresos del sector turístico de ese año.

Estos turistas son muy importantes para la economía del país, ya que de media pernoctan 3 veces más noches que el resto de turistas. Esto significa que este tipo de viajeros con estancias tan largas son más propensos a gastar una mayor cantidad de dinero durante su estancia, dando lugar a una mayor rentabilidad en la economía del sector turístico. Los turistas idiomáticos gastan gran parte de su dinero en comida, ropa, viajes, y alojamiento. Además del beneficio económico que supone estas largas estancias, también consigue que familiares y amigos visiten a este tipo de turistas. Se estima que cada una de las personas que visitan a los turistas idiomáticos, gastan alrededor de 140 libras en una estancia media de 3 o 4 días, generando así unos 155 millones adicionales de libras para el sector turístico.

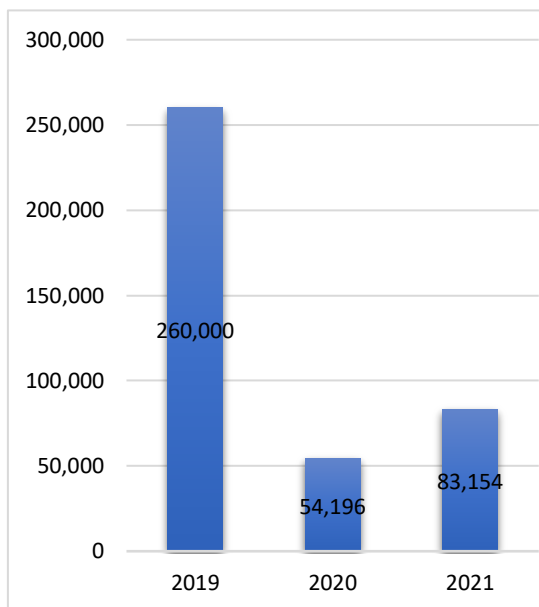
Según encuestas realizadas a antiguos estudiantes que realizaron un curso de idiomas, un 80% planeaba volver al país una vez finalizara su curso. La mitad de ellos planeaban volver al país para viajar por este, mientras que la otra mitad quería volver con un grupo de amigos o familia. De esta forma, se ha generado una relación de confianza con este

grupo de personas, que va a hacer que eventualmente vuelva al país y sigan apoyando la economía de este.

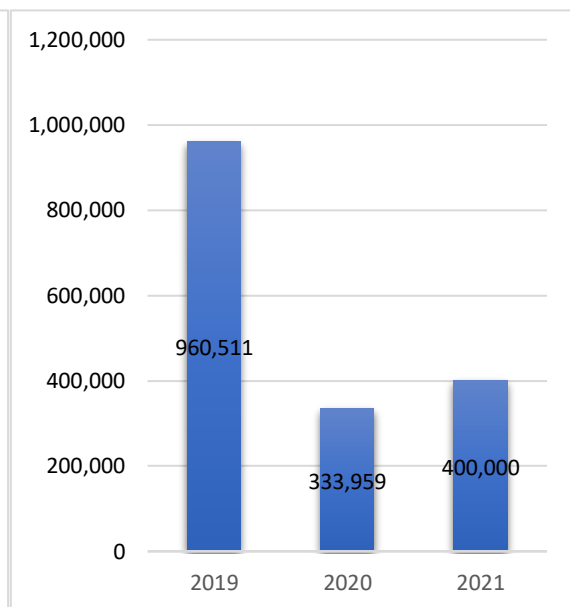
#### 4.3 IMPACTO COVID-19 EN EL SECTOR DE ENSEÑANZA DE IDIOMAS DEL SECTOR PRIVADO EN EL REINO UNIDO

La pandemia afectó al sector de enseñanza de idiomas en Reino Unido de forma temprana, pues la llegada de alumnos internacionales de los mercados claves como China e Italia fue interrumpida en febrero. Pese a esto, el primer cuatrimestre no se vio muy afectado, pero aún así se había recibido un 28% menos de estudiantes que el año anterior. En el segundo y tercer cuatrimestre, se sufrió un decrecimiento del 79% y 82% respectivamente del número de estudiantes con respecto al año anterior, debido a la gravedad del Covid-19, y el cierre inesperado de fronteras.

Por la gravedad que suponía la pandemia, se tomó la decisión de acabar con la enseñanza presencial en todos los centros y esta pasaría a ser de forma online. Esto supuso que muchos de los cursos que estaban previstos a tener lugar durante el mes de marzo, fuesen cancelados o pospuestos por los propios alumnos. Visto el gran impacto que estaba teniendo la pandemia sobre el sector, se realizó una encuesta online entre los centros de *English UK*. Un total de 183 centros participaron en la encuesta compartiendo sus datos. Estos representan a un 50% del total de los estudiantes y un 52% de las semanas lectivas que han pasado los estudiantes en centros *English UK* durante 2019. Los 183 centros participantes en la encuesta reunían un total de 54.196 alumnos en 2020. Esto quiere decir que se encontraban ante una pérdida del 79% de sus estudiantes con respecto al año anterior, como reflejan las siguientes figuras:



**Figura 4.3.1 Impacto Covid-19 en el número de estudiantes**



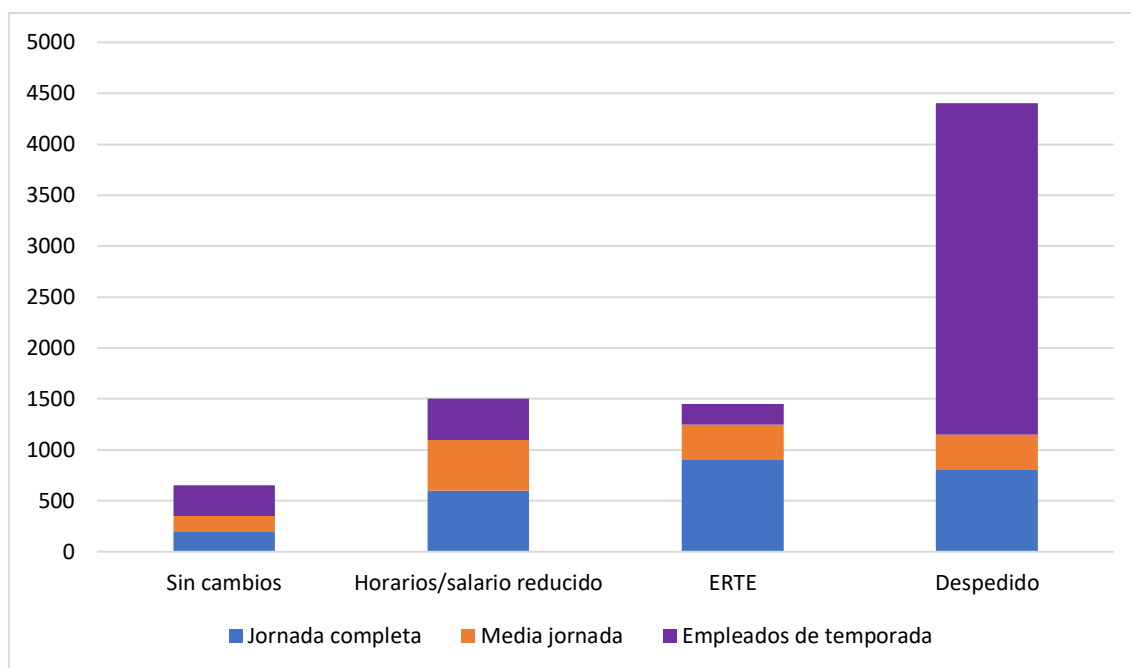
**Figura 4.3.2 Impacto Covid-19 en las semanas lectivas**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2021).*

De acuerdo con los centros encuestados, este descenso en el número de estudiantes supuso una pérdida directa de 307 millones de libras. Teniendo en cuenta que las anteriores gráficas tan solo representan un 52% de todas las semanas lectivas, se estima que la pérdida económica de todos los centros de *English UK* superase los £510 millones de libras en el primer cuatrimestre de 2020. Esas cifras tan solo harían

referencia al impacto económico directo de los centros de enseñanzas, ya que no se tiene en cuenta el impacto económico indirecto que procede de los estudiantes como las tasas, comprar en tiendas locales, alojamiento y transporte.

Según los resultados de las encuestas, los centros ofrecían trabajo a 8.232 personas. De media, el sector privado apoya más de 12.000 puestos de trabajos, de los cuales un 93% había sido afectado por el brote de Covid-19. Observando los resultados, los trabajos a jornada completa suponían un total del 32%. Los trabajadores a tiempo parcial representaban un 17%, mientras que los trabajadores de temporada representaban un 51% del total:



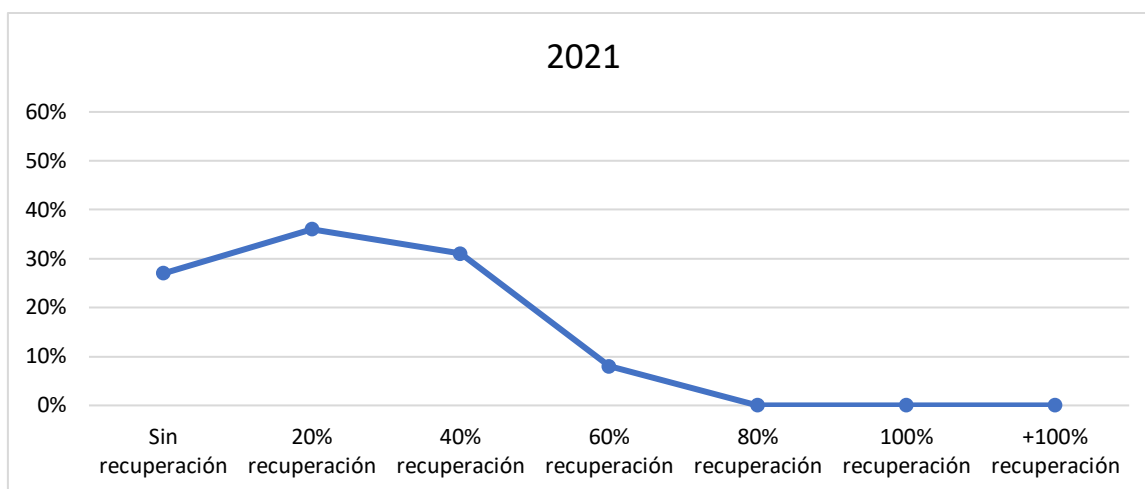
**Figura 4.3.3 Impacto Covid-19 en los puestos de trabajo**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2021).*

Como se puede apreciar en la gráfica, un 10% de los trabajadores a tiempo completo pudieron seguir trabajando de forma normal, al igual que un 11% de los trabajadores a media jornada. Un 10% del sector estuvo trabajando con un número reducido de horas y salario. Un buen porcentaje de los trabajadores a tiempo completo y media jornada fueron beneficiados por el ERTE<sup>1</sup>. A pesar de los esfuerzos por preservar los puestos de trabajos, un 56% de los trabajadores del sector privado fueron despedidos, de los cuales un 31% pertenecían a empleados de tiempo completo, pero siendo los trabajadores de temporada los más afectados por el despido.

Los centros encuestados también fueron preguntados sobre su punto de vista respecto a la recuperación del sector, con motivo de recoger datos individuales para hacer una media de como se prevé el futuro. Pocos centros pensaban que iba a haber mucha recuperación del mercado en 2020, con un 52% de los centros creyendo que no iba a haber recuperación alguna en todo el año.

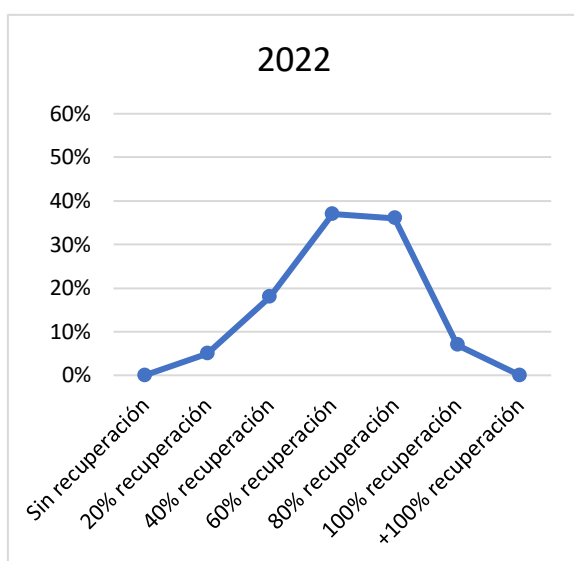
En cambio, 2021 se percibe de una forma un tanto más optimista, con todos los miembros del sector creyendo que va a haber algún tipo de mejora. La mayoría de los participantes cree que el mercado va a recuperar un 60% de su volumen de antes del brote de Covid-19, mientras que un 31% de los participantes en la encuesta piensa que el mercado va a recuperar un 40% de sus estudiantes. Tan solo un 6% de los encuestados espera una recuperación completa en 2021. Esto queda reflejado en la siguiente figura:



**Figura 4.3.4 Previsión de recuperación del sector tras el impacto de Covid-19**

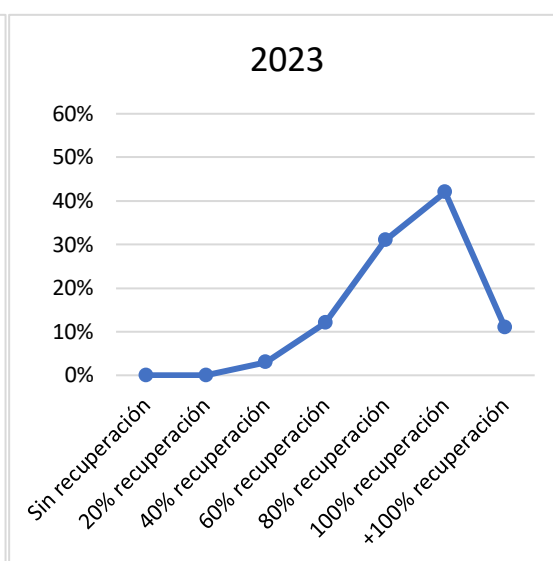
*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2021).*

En 2022 se espera alcanzar un 60% de recuperación como base. Un 37% de los encuestados estima que el mercado va a alcanzar una recuperación del 60%, mientras que un 36% de los centros piensa que se va a alcanzar una recuperación del 80%. Tan solo un 7% de los centros piensa que se va a alcanzar los volúmenes de antes del Covid-19, es decir, una recuperación completa. Por su parte, el año 2023 se percibe de forma mas optimista por parte del sector. Un 42% de los centros participantes piensa que se van a alcanzar los volúmenes de estudiantes de antes del brote de Covid-19, mientras que un 11% de los centros piensan que el sector va a recuperarse más del 100%:



**Figura 4.3.5 Previsión de recuperación del sector tras el impacto de Covid-19**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2021).*



**Figura 4.3.6 Previsión de recuperación del sector tras el impacto de Covid-19**

Esto nos demuestra cómo puede que lleve algunos años para que el sector de la enseñanza de idiomas se recupere por completo, dependiendo de cómo avance el estado del Covid-19, los países mercados, la disponibilidad de conexiones entre países y las posibles nuevas medidas ante el Brexit.

#### 4.4 POSIBLES DESTINOS PARA ESTUDIAR

Como se ha mencionado anteriormente, en Reino Unido se puede estudiar la lengua inglesa tanto en el sector público como privado. En este apartado vamos a centrarnos exclusivamente en el sector privado, ya que al ser un mayor número de centros las posibilidades son mucho más diversas.

*English UK* posee más de 400 centros de idiomas privados en los que imparten miles de cursos a través de las diferentes regiones de Reino Unido. Cada región se caracteriza por sus diferentes formas de vida, estudios y socialización. Además, no importa donde se decida estudiar, ya que en Reino Unido es bastante sencillo viajar hacia otras ciudades, puesto que existen muy buenas conexiones de tren, por lo que es muy fácil de explorar.

Alguna de los países y regiones donde *English UK* posee centros y por lo tanto es posible estudiar son:

- a) Escocia. Ofrece una fuerte y colorida cultura, ciudades llenas de vida e increíbles monumentos. Posee una cultura nacional distintiva, ciudades históricas, e increíbles paisajes naturales, lo que la convierte en un increíble lugar para estudiar. Algunas de sus tradiciones incluyen el experimentar la música y baile escocés, beber whisky, las gaitas y el plato escocés por excelencia, el Haggis. Las personas que visitan Escocia se enamoran de sus dramáticos paisajes, como las Tierras Altas de Escocia, el Lago Ness, las Islas de Escocia y el Lago Lomond. Alguna de las ciudades donde se puede estudiar en Escocia son Edimburgo, Glasgow, Dundee o Perth.
- b) Este de Inglaterra. El este de Inglaterra está lleno de hermosas ciudades, pueblos y playas. En el se encuentra la ciudad de Cambridge, y es muy fácil viajar a Londres. Si se decide estudiar en el Este de Inglaterra, se va a poder descubrir castillos, catedrales, museos, preciosas playas y hermosos ríos y canales. Algunos de los lugares más populares que se pueden visitar en esta región son Cambridge y North Norfolk. En el Este de Inglaterra se puede estudiar en Cambridge, Colchester, Norwich, Bury St Edmunds o St Albans.
- c) Norte de Irlanda. Es el país mas pequeño de Gran Bretaña, pero está lleno de historia, cultura y mitología, con hermosas ciudades y una increíble variedad de monumentos y paisajes. En este país, el estudiante vivirá en ciudades llenas de vida en las que puede hacer excursiones a monumentos, tales como la famosa Calzada del Gigante. En el Norte de Irlanda es posible estudiar en Belfast o Derry.
- d) Londres. Es de las ciudades más diversas del mundo, en la que se puede conocer gente de todo tipo de culturas y lugares del mundo. Es la capital de Reino Unido, y por tanto uno de los lugares más populares en el mundo para estudiar inglés. Los atractivos culturales de la ciudad no tienen fin, al igual que el entretenimiento. Museos, galerías, edificios históricos, parques y mercados de comida. Londres tiene 8 parques reales, y unos 3,000 espacios abiertos, convirtiéndola en una de las ciudades más verdes del mundo.
- e) Norte de Inglaterra. En el norte de Inglaterra nos encontramos con grandes ciudades como Liverpool, Leeds, Manchester, Newcastle, Sheffield, y York. Esta región de Reino Unido es conocida por sus hermosos lagos, casas históricas y campos. Algunas de las ciudades donde se puede estudiar en el Norte de Inglaterra son Manchester, Liverpool, Leeds, Sheffield o Chester.
- f) Centro de Inglaterra. Está formado por grandes y pequeñas ciudades históricas. Lugares populares para visitar en el Centro de Inglaterra incluyen, Stratford-Upon-Avon, donde nació Shakespeare y El Castillo de Warwick. Muchas ciudades del Centro de Inglaterra tienen conexiones directas con Londres, Birmingham y Oxford,

lo que hace muy fácil hacer pequeños viajes a alguna de estas ciudades durante los fines de semana. En el Centro de Inglaterra se puede estudiar en Nottingham, Birmingham o Stratford-Upon-Avon.

- g) Sureste de Inglaterra. El sureste de Inglaterra cuenta con acogedoras ciudades costeras e históricas catedrales. Si se estudia en esta región, los estudiantes pueden relajarse y comer fish and chips en la playa, andar junto a los Acantilados de Dover y visitar los museos y catedrales en Canterbury. En el Sureste de Inglaterra se puede estudiar en Brighton, Worthing, Hasting, Eastbourne, Broadstairs, Margate, Ramsgate, Folkestone, Chichester o Canterbury.
- h) Gales. Llena de parques, miles de kilómetros de costa, castillos, montañas y playas. Gales es una de los cuatro países que forma Reino Unido. El país es conocido por sus hermosas costas y montañas, ciudades llenas de vida y preciosos pueblos. Gales tiene más castillos por metro cuadrado que cualquier otro país en Europa, además de tener tres enormes parques nacionales que hace que sea un famoso destino para realizar actividades al aire libre, como el surf, montar a caballo o la escalada. En Gales se puede estudiar en Cardiff, Swansea o Aberystwyth.

Tras conocer los diferentes posibles lugares donde se puede estudiar inglés con English UK, se procede a realizar una gráfica con los datos recogidos por esta misma institución, para observar cuáles son los destinos más elegidos entre los estudiantes. Estos datos fueron recogidos en 2019 por 358 centros participantes en una encuesta, y sus valores están basados en el número de semanas lectivas producidas en cada región o país.

Centro de Inglaterra y Gales n=23		Este de Inglaterra n=30		Londres n=86		Norte de Inglaterra n=42	
Arabia Saudita	16,677	Italia	22.510	Italia	68.363	Arabia Saudita	58.387
Italia	4,047	China	13.080	Brasil	34.193	Italia	28.396
España	3,257	Arabia Saudita	8.400	China	32.020	España	13.561
Japón	2,471	España	8.109	Japón	29.574	Kuwait	11.725
Kuwait	1,889	Francia	5.884	Francia	25.693	China	11.244
China	1,836	Turquía	5.749	Turquía	25.364	Omán	8.420
Catar	1,596	Japón	5.327	Corea del Sur	23.331	Francia	6.425
Omán	1,367	Suiza	4.244	Rusia	20.315	Suiza	6.309
Francia	1,306	Rusia	3.448	Arabia Saudita	18.016	Brasil	5.431
Rusia	1,077	Brasil	3.405	España	16.668	Turquía	5.014

**Tabla 4.4.1 Destinos más elegidos para estudiar**

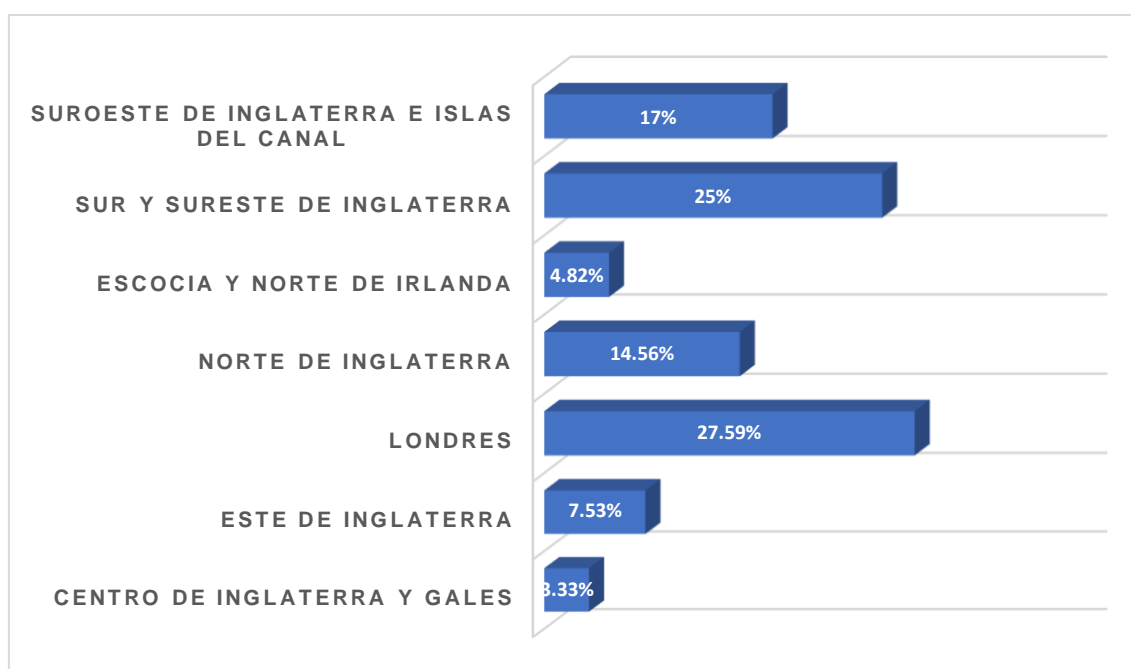
*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*



Escocia y Norte de Irlanda n=20		Sur y Sureste de Inglaterra n=93		Suroeste de Inglaterra e Islas del Canal n=64	
Italia	22.191	Italia	68.041	Italia	38.508
Arabia Saudita	7.951	España	32.454	Arabia Saudita	34.229
España	6.838	Arabia Saudita	31.927	España	22.522
Francia	3.203	Francia	25.698	Suiza	15.187
China	2.293	China	24.443	Francia	14.766
Suiza	1.998	Alemania	21.508	China	13.696
Alemania	1.939	Suiza	21.112	Alemania	13.668
Austria	1.829	Corea del Sur	15.022	Rusia	10.358
Rusia	1.583	Turquía	14.367	Omán	9.354
Brasil	1.471	Japón	13.212	Corea del Sur	8.190

**Tabla 4.4.2 Destinos más elegidos para estudiar**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*



**Figura 4.4.1 Destinos más elegidos para estudiar**

*Fuente: elaboración propia a través de English UK (2020).*

Como se puede observar en la gráfica anterior, Londres es el destino en el que se produce una mayor cantidad de semanas lectivas a lo largo del año, siendo estas un 27,59% del total de semanas lectivas. Esto es debido a que Londres es la capital de Reino Unido, así como la gran cantidad de centros que hay en esta. El Sur y Sureste de Inglaterra es el segundo destino que más semanas lectivas produce, principalmente por sus playas y su cercanía a Londres. Destinos como El Norte de Inglaterra han incrementado un 9% el número de semanas lectivas con respecto al año anterior, haciendo que sea la región con mayor crecimiento de 2019. En caso contrario, el Suroeste de Inglaterra y las Islas del Canal, pese a ser el tercer destino, es la región

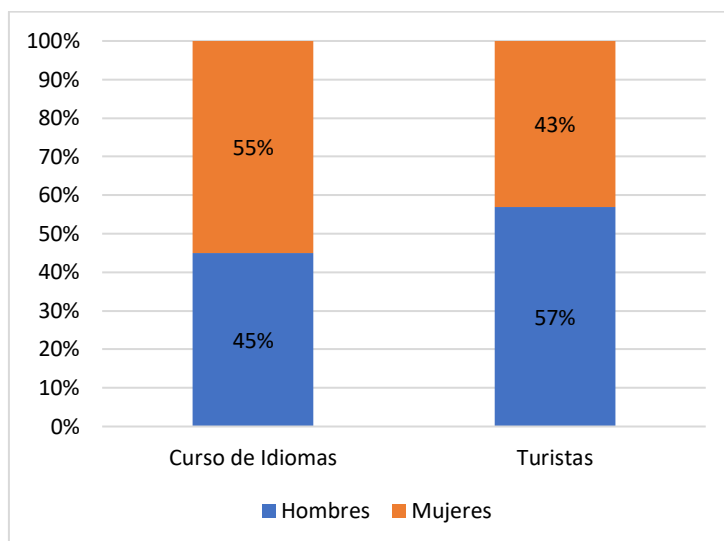
que ha registrado un mayor decrecimiento de semanas lectivas (7%) con respecto al año anterior, seguido por Escocia y el Norte de Irlanda, con un 5%.

## 5 PERFIL TURISTA IDIOMÁTICO EN REINO UNIDO

Dentro de la actividad turística encontramos una amplia variedad de tipologías turísticas, y cada una de estas tipologías abarca diferentes rasgos y características. En función a esto y a las personas que lo practican se puede crear el perfil del turista. Normalmente, dentro del perfil del turista se recogen datos como la edad, el sexo, la motivación y el periodo medio de estancia. Para poder crear un perfil adecuado, se realizan una serie de estudios basados de encuestas y estadísticas de los que se pueden extraer todos los datos necesarios para crear dicho perfil. Una vez se ha recopilado la información de distintas fuentes, que en este caso han sido obtenidas mediante unas encuestas realizadas por *Visit Britain* a turistas que visitaron el país (33.180) y turistas que realizaron un curso de idiomas durante su estancia (18.447), podemos definir el perfil del turista idiomático de la siguiente forma:

### 5.1 Género

En lo que al género respecta, encontramos una diferencia entre aquellos turistas que realizaron un curso de idiomas y los que no. Como se puede observar, aquellos turistas que realizaron un curso de idiomas están formado por un mayor porcentaje de mujeres, siendo este de un 55% para mujeres y un 45% para hombres. En el caso del resto de turistas, nos encontramos con una situación contraria, siendo el porcentaje de hombres que realizan viajes de ocio mucho mayor que el de mujeres.



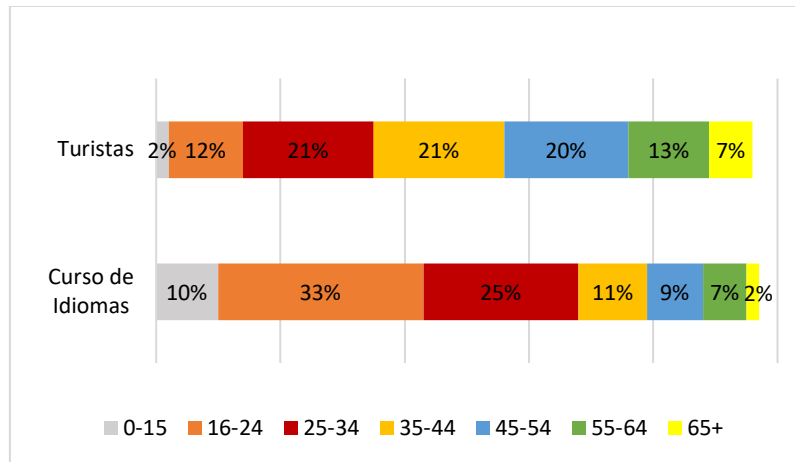
**Figura 5.1.1 Distribución de personas que realizaron un curso de idiomas según su género**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

### 5.2 Edad

En el caso de la edad, se observa que hay un gran rango para ambos grupos. Los turistas que realizaron un curso de idiomas durante su visita son en gran medida más jóvenes que el resto de los turistas. El grupo predominante que realizó un curso de idiomas es el de 16-24 años, seguido del grupo de 25-35 años. En general, un 68% de las personas que llevaron a cabo el curso de idiomas está constituido por personas

menores de 35 años. En el caso del resto de visitantes, este rango de edad tan solo representa a un 34% de los encuestados, ya que gran parte de los turistas pertenecen a grupos de una mayor edad.

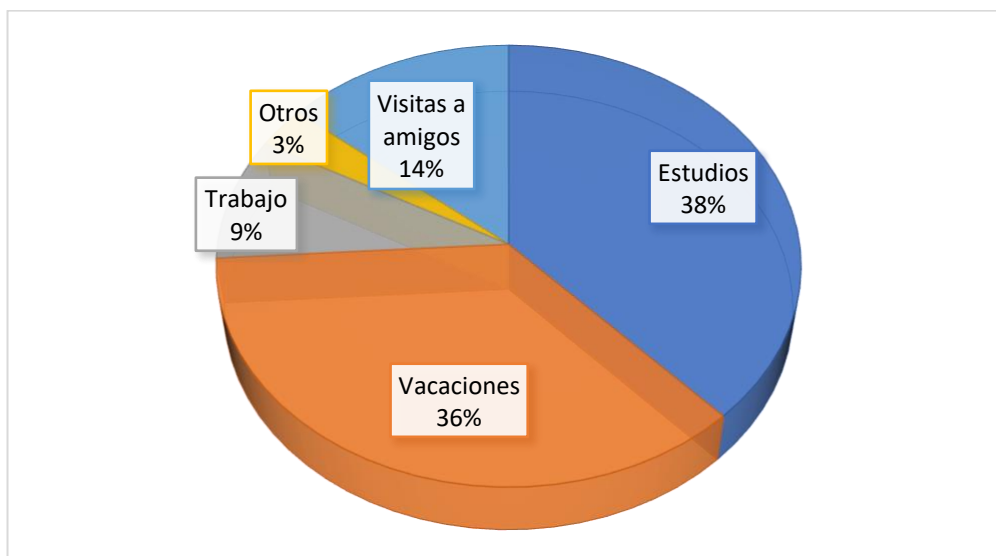


**Figura 5.2.1 Distribución de la edad de los turistas**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

### 5.3 Motivos

Centrándonos en aquellas personas que realizaron un curso de idiomas durante su estancia en Reino Unido, el mayor porcentaje de ellos realizaron el viaje con el principal motivo de aprender o mejorar el idioma, es decir, estudios, siendo este de un 38%. Seguido de esto, tenemos a los que su principal motivo del viaje eran las vacaciones, pero aún así aprovecharon para mejorar su inglés mediante un curso de idiomas con un 36%. Otros motivos presentes son los de visita a amigos y familiares (14%), negocios (9%) y otros (3%). Esto demuestra que no es necesario que el motivo principal del viaje sea aprender o mejorar el idioma, ya que se puede aprovechar cualquier motivo para además de viajar, mejorar el idioma.

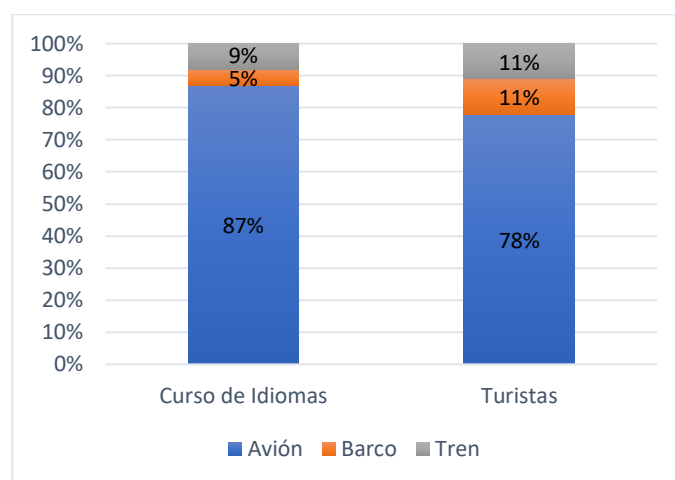


**Figura 5.3.1 Motivos para la realización de los viajes**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

## 5.4 Medio de llegada al país

Observando los medios de transporte que utilizaron ambos grupos para llegar al país, se puede constatar que el avión es sin duda la opción mas popular y utilizada en lo que a método de transporte se refiere. Esta opción es un 8% más prominente entre aquellos que realizaron un curso de idiomas. Esto se debe principalmente a los precios de los vuelos, conexiones, y duración del trayecto, haciendo que la llegada al país sea más sencilla y rápida. En lo que al barco se refiere, se puede apreciar como este es sustancialmente más común entre aquellos que visitan el país (11%), principalmente por la realización de rutas de cruceros con parada en Reino Unido, haciendo que este método de transporte sea más utilizado por aquellos que buscan viajar por ocio, y, por ende, haciendo que esto sea una opción menos barajada entre los estudiantes de cursos de idiomas, ya que buscan una forma más directa de llegar al país. El viaje mediante tren es prácticamente parecido para ambos grupos, pero en el caso de los estudiantes, estos prefieren realizar el trayecto en tren antes que en barco/crucero.

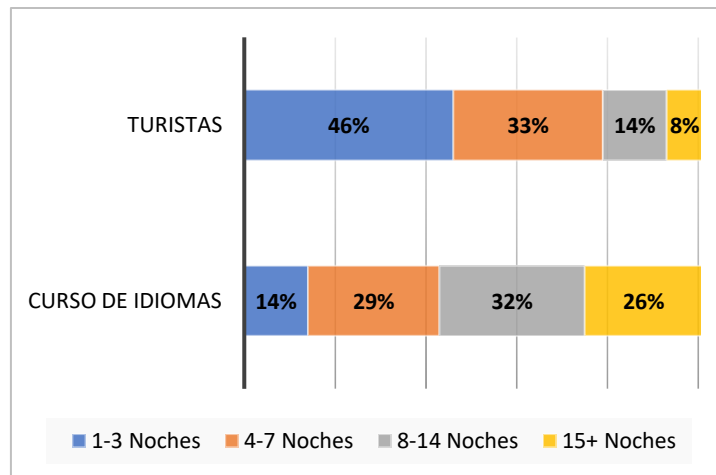


**Figura 5.4.1 Método de transporte utilizado para viajar al país**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

## 5.5 Número de noches

Como se ha mencionado a lo largo del trabajo, la estancia de aquellos turistas que realizaron un curso de idiomas suele tener una mayor duración a la del resto de visitantes. La estadía mas común es de 8 a 14 noches, ya que esta suele ser la duración media de los cursos de idiomas. Le sigue la estancia de 4 a 7 noches, que suele ser la duración de la estancia de aquellos estudiantes de una menor edad. En el caso del resto de turistas, las opciones más frecuentes son las estancias de 1 a 3 noches y 4 a 7 noches, debido a que su principal motivo para visitar el país son el ocio y las visitas culturales.

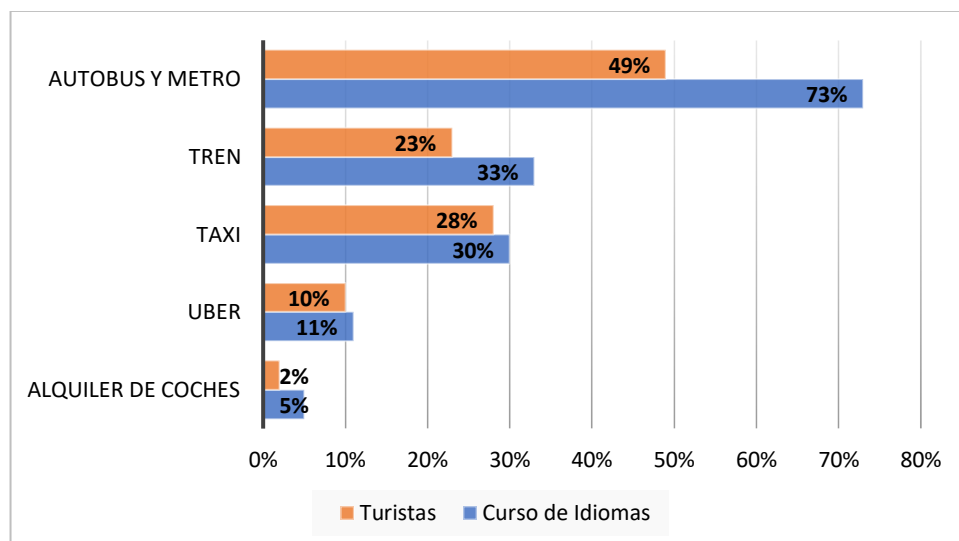


**Figura 5.5.1 Números de noches pasadas en el país**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

## 5.6 Método de transporte utilizado

En los métodos de transporte se puede observar que aquellos que realizaron cursos de idiomas durante su estancia eran más propensos a utilizar cualquier método de transporte con más frecuencia que el resto de los turistas. Además, eran un 24% más propensos a usar el bus o metro, lo que sugiere que tuviesen algún tipo de bono de transporte que facilitase que utilizaran estos medios de transporte con mayor frecuencia. El uso tan elevado de los medios de transporte es debido a la gran movilidad que requiere el estar estudiando en la ciudad. En el caso del alquiler de coches, aquellos que visitaban la ciudad eran más propensos a usarlo que aquellos que realizaban un curso de idiomas.

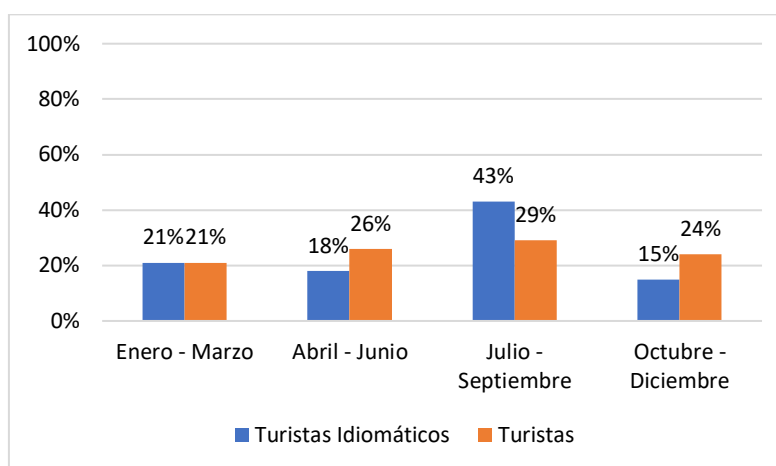


**Figura 5.6.1 Métodos de transporte utilizados durante la visita**

*Fuente: elaboración propia a través de Visit Britain (2020)*

## 5.7 Estacionalidad

Aquellos turistas que visitaron Reino Unido para realizar un curso de idiomas eran mas propensos a hacerlo durante los meses de verano que el resto de turistas. Esto se debe a que una gran mayoría de los turistas que practican esta tipología son estudiantes, por lo que los meses de verano en los que no se encuentran en periodo escolar pueden aprovechar para viajar y mejorar el idioma. En cambio, son menos propensos a visitar el país durante otoño y primavera, debido a esta misma causa mencionada anteriormente. La visita durante invierno es similar para ambos grupos. Como conclusión, se puede afirmar que las visitas de los turistas idiomáticos son bastante mas estacionales que la del resto de turistas, con un 43% de las estancias siendo realizadas durante los meses de verano, y con solo un 15% siendo en otoño.



**Figura 5.7.1 Estacionalidad del Turismo Idiomático**

*Fuente: elaboración propia a través Visit Britain (2020)*

Tras observar las anteriores gráficas podemos sacar como conclusión que el turismo idiomático que tiene lugar en Reino Unido está formado en su mayoría por personas menores de 35 años. 7 de cada 10 personas son menores de 35 años. Este rango de edad supone un total del 68% del turismo idiomático, por lo que se puede afirmar que es una tipología de turismo realizada con mayor asiduidad entre los jóvenes. Nos encontramos con que lo practican más las mujeres que los hombres, siendo este de un 55% en Reino Unido. Pese a que la motivación principal de esta tipología turística fuese el aprender o mejorar el idioma, hemos comprobado como un gran porcentaje de estos turistas (36%), realizaron su viaje principalmente con fines de ocio, pero acabaron realizando un curso de idiomas para mejorar el idioma. Esto demuestra que cualquier motivación es válida para aprender o mejorar un idioma mientras se viaja. Finalmente, la estancia media es de 2 a 4 semanas. Normalmente, la estancia está ligada a la duración del curso de idiomas a realizar y el lugar de procedencia del viajero. Algo a tener en cuenta en este tipo de turismo es que, al ser una tipología con estancias superiores al resto, supone que el gasto medio sea mayor, por lo que se considera bastante importante para el sector turístico de Reino Unido por el impacto que tiene en la economía del sector.





## 6 CONCLUSIONES

El turismo idiomático es, bajo mi punto de vista, una tipología turística muy importante, y que, como hemos visto a lo largo del trabajo, atrae a miles de turistas cada año para el aprendizaje del inglés. Hemos comprobado que, aunque sus números porcentuales no son muy grandes en lo que a la economía del turismo respecta, cuando hacemos referencia a los números totales, se puede apreciar que este sector tiene un valor total de hasta más de 1 billón de libras, lo cual lo hace bastante valioso para el sector. Además de aportar valor económico para el país, también aporta valor al idioma, ya que cuantas más personas lo aprenden más valor toma este. Cabe resaltar que el turismo idiomático que se realiza en Reino Unido está motivado principalmente por el aprendizaje o mejora de la lengua inglesa, para así tener mejores oportunidades laborales, mientras que el turismo idiomático que podría realizarse en países como China o Japón sería con la motivación de aprender el idioma por placer.

En lo que al perfil de este tipo de turistas respecta, está formado en su mayoría por personas jóvenes que presentan un gran potencial para su regreso al país en un futuro, ya sea de visita o para quedarse indefinidamente en él. Como se trata de personas cuya motivación es el aprendizaje de la lengua, permanecen en el país durante periodos de tiempo más prolongados que el turista normal. Esto los lleva a conocer aspectos de la cultura y la gastronomía que el resto no puede experimentar durante su corta estancia, y puede ser un factor decisivo para hacer que esa persona regrese al país en algún otro momento de su vida. Hay que resaltar que, aunque durante los años anteriores era un sector que estaba en continuo crecimiento, este se ha visto muy afectado por el brote de Covid-19 y va a requerir de un tiempo para que el sector se recupere, por lo que sería interesante ver de qué forma fomentan el aprendizaje de idiomas para atraer nuevos turistas en los próximos años para así lograr la recuperación del sector, y esto me lleva a mi siguiente punto.

Como se ha mencionado durante el trabajo, la mayoría de los centros de enseñanza de idiomas que hay en Reino Unido pertenecen al sector privado. Es un sector que me preocupa, ya que más del 50% de sus mercados emisores son procedentes de otros países de Europa. Con la entrada en vigor del Brexit y la necesidad de adquirir visados y los gastos de gestión y expedición que esto conlleva, existe la posibilidad que sus mercados emisores europeos se vean afectados y pierda gran parte de ellos porque decidan ir a estudiar a algún otro país de la Unión Europea donde no sea necesario requerir de un visado para estudiar.

Para finalizar, me gustaría destacar que, pese a ser una tipología turística que se encontraba en constante crecimiento, y que se ha podido ver que tiene una gran aportación económica para el sector, no existen muchos estudios en profundidad sobre este tipo de turismo. Es algo que me resulta curioso, ya que me parece que es una tipología desconocida para muchas personas y que considero, además de interesante, bastante importante para el sector. Si existiesen más estudios y documentos sobre este tipo de turismo, mucha más gente lo conocería, dando lugar esto a que fuese una tipología turística mucho más practicada.



## 7 BIBLIOGRAFÍA

- Baralo, M. (2015). El valor del idioma como recurso turístico, económico y cultural. *Signos Universitarios*, 34(51), 35-61. Recuperado de <https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/view/3345>
- Baralo, M. (2007). Enseñanza del español y turismo: las estancias lingüísticas. *Mosaico, Revista para la promoción y apoyo a la enseñanza del español* 20, 32-46. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5307209>
- British Council. (2021) *Niveles de Inglés*. Recuperado el 10 de mayo 2021, de <https://www.britishcouncil.es/ingles/niveles>
- British Council. (2018). *#EU2025ENGLISH: The Future Demand for English in Europe: 2025 and beyond*. Londres: British Council. Recuperado de [https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/future\\_demand\\_for\\_english\\_in\\_europe\\_2025\\_and\\_beyond\\_british\\_council\\_2018.pdf](https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/future_demand_for_english_in_europe_2025_and_beyond_british_council_2018.pdf)
- Cambridge Assesment English. (2021). *Titulaciones Cambridge English – Inglés General y Universitario*. Recuperado el 10 de mayo 2021, de <https://www.cambridgeenglish.org/es/exams-and-tests/qualifications/general/>
- Campón, A.M y Hernández, J.M. (2011). Turismo idiomático en el medio rural: Una propuesta para su desarrollo y comercialización. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local* 4(10), 3-4. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/10/cchm.htm>
- Crystal, D. (1997). *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De las Heras, G. (2 de junio de 2016). El Grand Tour: así nació el turismo de masas. *El Correo* Recuperado el 22 de marzo de 2021 <https://www.elcorreo.com/bizkaia/sociedad/201606/02/grand-tour-nacimiento-turismo-20160531133105.html>
- English UK. *Choosing where to study*. English UK. Recuperado el 10 de mayo 2021, de <https://www.englishuk.com/en/students/where-in-the-uk/choosing-where-you-study>
- English UK. (2021). *English UK Covid-19 impact report*. (2). Londres: BONARD. Recuperado de [https://www.englishuk.com/uploads/assets/intelligence/English\\_UK\\_Covid-19\\_impact\\_report\\_March\\_2021.pdf](https://www.englishuk.com/uploads/assets/intelligence/English_UK_Covid-19_impact_report_March_2021.pdf)
- English UK. (2021). *Facts & figures*. English UK. Recuperado el 10 de mayo 2021, de <https://www.englishuk.com/facts-figures>
- English UK. (2020a). *International English students & their value to the UK*. Londres: BONARD. Recuperado de [https://www.englishuk.com/uploads/assets/public\\_affairs/2018\\_mac/English\\_UK\\_Submission\\_to\\_MAC\\_International\\_Students\\_January\\_26\\_2018.pdf](https://www.englishuk.com/uploads/assets/public_affairs/2018_mac/English_UK_Submission_to_MAC_International_Students_January_26_2018.pdf)
- English UK. (2020b). *Student Statistics Report 2020*. Londres: BONARD. Recuperado de <https://www.englishuk.com/uploads/assets/members/statistics/English-UK-Student-Statistics-Report-2020.pdf>
- Entorno Turístico Staff (2016). *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?* Recuperado el 7 de mayo de 2021, de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Ferrari, G., Lorenzo, J. M. M., Jiménez, J. M., & Vargas, M. V. (2014). *Investigaciones, métodos y análisis del turismo*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Ramírez, M. (1998). *Teoría general del turismo*. México: Diana.
- Ramón, D. (27 de agosto de 2020). Reino Unido pierde 67 M € al día por la caída del turismo internacional. *Hosteltur*. Recuperado el 26 de mayo de 2021 de [https://www.hosteltur.com/138841\\_reino-unido-pierde-67-m-al-dia-por-la-caida-del-turismo-internacional.html](https://www.hosteltur.com/138841_reino-unido-pierde-67-m-al-dia-por-la-caida-del-turismo-internacional.html)
- Hutchinson, T. y Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes. A Learning-Centred*

*Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pawlowska, E. (2011). *El Turismo Académico. Un análisis económico para el caso de Galicia*. (Tesis doctoral). Recuperada de <http://hdl.handle.net/10347/3376>

Towner, J. (1985). The grand tour: A key phase in the history of tourism. *Annals of Tourism Research*. 12(3), 297-333 Recuperado de [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90002-7)

Truchot, C. (1994). The spread of English in Europe. *Journal of European Studies* 24, 141-151. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/004724419402400204>

Wright, S. (2004). *Language policy and language planning: From nationalism to globalisation*. Basingstoke: Palgrave.

Van Essen, A. (1997). English in Mainland Europe - A Dutch Perspective. *World Englishes* 16(1), 95-103. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/1467-971X.00050>

Visit Britain. (2020). *Inbound Visitors who take an English language course*. (177). Londres: BONARD. Recuperado de [https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/foresight\\_177\\_-\\_visitors\\_who\\_take\\_an\\_english\\_language\\_course.pdf](https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/foresight_177_-_visitors_who_take_an_english_language_course.pdf)

